

valencia fruits

10 de marzo de 2026 • Número 3.140 • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



Los daños se concentran en cultivos del género de las brásicas y también en hortalizas de hoja verde como lechuga, apio, espinacas y col china, además de los cítricos. / ARCHIVO

Más de 2.000 hectáreas arrasadas por el pulgón

La expansión del pulgón preocupa en Andalucía, la Comunitat Valenciana y Murcia, por ello el sector exige autorizar el *spirotetramat* para hacerle frente

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La plaga de pulgón ha hecho saltar todas las alarmas en la hortaliza del sureste español. Según los datos recopilados por el sector y la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, el insecto ha destruido ya más de 2.000 hectáreas de cultivos, especialmente en la provincia de Almería, principal foco de la crisis. Además, la expansión avanza con rapidez: las estimaciones apuntan a pérdidas adicionales de entre 200 y 250 hectáreas cada semana, superficies que en muchos casos deben ser arrancadas de forma preventiva para crear cordones sanitarios y evitar la propagación de la plaga a explotaciones vecinas.

El impacto sobre la producción es ya muy determinante. En algunos cultivos hortícolas al aire

libre, el pulgón está afectando entre el 60% y el 70% de la superficie productiva, con especial incidencia en brócoli y otras brásicas, así como en hortalizas de hoja como lechuga, apio, espinaca o col china. También se han detectado daños en cítricos. Ante esta evolución, el sector advierte de que, si no se adoptan medidas urgentes, la superficie afectada podría superar las 10.000 hectáreas en el corto plazo, lo que supondría un golpe sin precedentes para uno de las principales zonas hortofrutícolas de Europa.

La gravedad del escenario ha llevado al consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, a solicitar al ministro de Agricultura, Luis Planas, la creación

urgente de una mesa técnica de sanidad vegetal en la que participen las comunidades autónomas afectadas para analizar las herramientas disponibles frente a la plaga.

A raíz de esta iniciativa, Andalucía, la Región de Murcia y la Comunitat Valenciana han conformado un frente común para reclamar al Gobierno central medidas excepcionales que permitan contener la expansión del pulgón y evitar un colapso productivo. Las tres regiones concentran una parte esencial de la producción hortofrutícola española y europea, por lo que el sector insiste en que la rapidez de la respuesta administrativa será clave para proteger miles de hectáreas y garantizar la continuidad de la campaña agrícola.

■ IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico, a marzo de 2026, de la actual crisis fitosanitaria resulta preocupante para el sector, con un coste estimado de alrededor de 15.000 euros en gastos operativos perdidos por cada hectárea que debe ser arrancada, en un contexto además marcado por las pérdidas acumuladas que todavía arrastran muchas explotaciones tras los efectos de la DANA 'Alice', circunstancia que ha situado a numerosas fincas al borde de la quiebra técnica.

Ante este escenario, el sector considera prioritaria la autorización excepcional del *spirotetramat* como principal demanda técnica para frenar el avance de la plaga.

Más información en página 7



Esta semana

- 3** El impacto sobre el sector agroalimentario del conflicto en Oriente Medio
- 4** El I Congreso Nacional de la Alcachofa presenta un balance positivo
- 8** La Comunidad Valenciana cierra el ejercicio 2025 con una indemnización superior a los 90 millones de euros
- 9** La sanidad vegetal reclama un marco regulatorio estable para garantizar la producción de alimentos



Sumario

Agrocomercio	3
Agrocultivos	7
Agrocotizaciones	10
Noticias de Empresas	14



Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN
■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ
■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

NERI TORRES VERGARA
■ neri.torres@valenciafruits.com

Administración
y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ
■ administracion@valenciafruits.com
■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad
ROCÍO FERRER ORTIZ
■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

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



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.
Depósito Legal: V-1450-1962
Fotocomposición: SUCRO
Imprime: INDE UNLIMITED

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2
46005 Valencia
Tel.: 96 352 53 01
www.valenciafruits.com
info@valenciafruits.com

Empresa asociada



Tribuna Abierta

Sin presupuestos no hay futuro

Por GONZALO GAYO

Seguimos sin Presupuestos Generales del Estado por tercer año consecutivo cuando finaliza el plazo, con retraso, que el propio Gobierno se otorgó hasta finales de marzo. Tres años a golpe de Real Decreto ponen de manifiesto la incapacidad para atender las necesidades presupuestarias urgentes que afectan al campo y obliga a reflexionar sobre la urgente necesidad de convocar elecciones generales para que los ciudadanos decidan, como en cualquier estado democrático que se precie.

Para ocultar la gravedad del problema no hay línea roja que desde La Moncloa se traspase como el enfrentamiento con EEUU por el uso de unas bases militares compartidas. Las consecuencias las conoceremos pronto, pero lo peor es la desconfianza generada hacia España, en un occidente perplejo por el afán de protagonismo y defensa de regímenes dictatoriales o terroristas.

Los agricultores no son ajenos a la falta de presupuestos durante los últimos tres años, ni tampoco del distanciamiento de España hacia sus socios europeos y EEUU. Perdemos confianza y conviene recordar que nadie defiende la guerra en Europa ni puede ser bandera de quienes tratan de ocultar incapacidad de gobernar sin las mayorías democráticas necesarias y suficientes.

Sin presupuestos no se puede hacer presas ni las obras hidráulicas que garanticen que otra DANA no acabará arruinando a cientos de miles de valencianos con pérdidas de vidas humanas. Con la recientemente creada comisión mixta o sin ella, desde el comisionado del Gobierno reiteraban la semana pasada que no habrá presas ni un Plan Sur metropolitano que garantice la necesaria tranquilidad a los ciudadanos para que nunca más se repita un 29-O con la ejecución de las obras hidráulicas que dictan los expertos. Sin presupuestos tampoco habrá un Plan Hidrológico Nacional que garantice el agua para todos ni la modernización de infraestructuras con un 60% de las presas pendientes de restauración por no hablar de las urgentes mejoras en la distribución de los recursos hídricos cuando medio mundo nos dan lecciones en proyectos e inversiones ante un cambio climático que exige respuestas.

Ningún país europeo participa en la guerra en Irán. Salvo alguno que ha mandado una fragata para ver si cuela aquello de “contigo pero sin ti”. En Europa no rechazan el uso de bases militares compartidas salvo uno, España que niega cualquier colaboración a EEUU poniendo en riesgo nuestra propia seguridad futura.



Los alimentos se encarecen por los conflictos. / GONZALO GAYO

Sin presupuestos y con la desconfianza internacional generada, tenemos todas las de perder más pronto que tarde. De momento, pagaremos como todos los costes de una guerra que dispara el precio de fertilizantes y carburantes. Lo sufrirán los agricultores pero también los consumidores de toda Europa, hayan facilitado sus bases militares o no. La campaña orquestada para rearmar a una izquierda ante una próxima convocatoria electoral también tendrá su coste. Esperemos que la sensatez se imponga, se corrijan los errores y los ciudadanos decidan.

Europa debe entender que hoy más que nunca la agricultura es un pilar vital en tiempos de cambio climático y conflictos. Hoy más que nunca Europa debe garantizar a 450 millones de ciudadanos europeos una alimentación saludable con garantías de suministro, generando empleo y riqueza en nuestros pueblos y naciones. No es posible afrontar el futuro de Europa con recortes a la PAC en 100.000 millones de euros para los próximos años cuando más necesita de los apoyos, especialmente en el Parlamento Europeo. No es concebible arruinar nuestras cosechas importando los mismos productos desde otros continentes, e incluso desviando contemplando hoy que la producción citrícola de Egipto con destino a Asia acabe en Europa en plena campaña española.

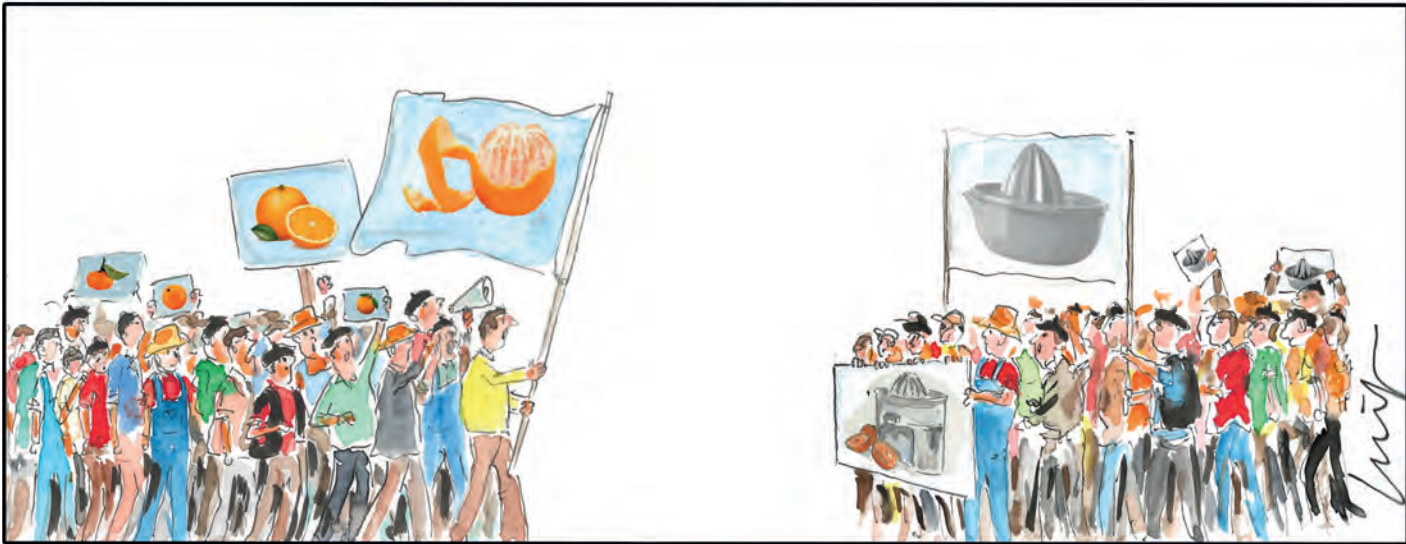
Los agricultores necesitan que Europa les defienda en el mundo y que su gobierno central y autonómico sean capaces de afrontar los problemas que acechan para su supervivencia, desde el agua en tiempos de sequías pasando por la supervisión de importaciones con plagas y con ayudas para un relevo generacional que modernice el campo. Necesitamos afrontar el debate y soluciones a los problemas del agua en un país anclado en siglo XIX y que sufre el negacionismo en infraestructuras hídricas desde el Gobierno central.

Hoy más que nunca la agricultura necesita del apoyo de todas las administraciones y especialmente en una Europa que está perjudicando gravemente a la agricultura tradicional con sus recortes, apoyo a fondos de inversión y fomentando el traslado de producciones a otros países ante la ruina para seguir adelante.

Europa no puede renunciar a una agricultura tradicional y familiar que da vida a nuestros pueblos y forma parte de su ADN. Se pueden mejorar los mecanismos de salvaguarda como se hizo con el tratado con India y es posible así repensar el Tratado de Mercosur. Con diálogo y humildad se puede construir la Europa que queremos sin tanta soberbia y con la aportación permanente con las mujeres y hombres del campo.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El impacto sobre el sector agroalimentario del conflicto en Oriente Medio

El enfrentamiento bélico preocupa al sector de la alimentación, aunque todavía hay más preguntas que respuestas sobre su impacto real y sus consecuencias

► MERCEDES SALAS. EFEAGRO.

El conflicto en Oriente Medio puede tener consecuencias muy significativas para la producción y el comercio agroalimentario, aunque de momento hay más preguntas que respuestas sobre cómo puede reflejarse en los precios de la cesta de la compra.

La tensión causada por los ataques de Estados Unidos e Israel a Irán se ha notado en los mercados y preocupa a los agricultores y a las industrias de alimentos y bebidas, por este nuevo y serio frente geopolítico.

También han añadido revuelo las amenazas del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, sobre el cierre del comercio con España por su desacuerdo con la posición en el conflicto, un nuevo movimiento de Washington que se suma a los interrogantes de los exportadores sobre qué va a pasar finalmente con los aranceles.

■ EFECTOS DEL CONFLICTO

El encarecimiento del petróleo repercute en el gasóleo agrícola y pesquero pero existe otra derivada: los fertilizantes.

En relación a este tema, el director de coyuntura de la Fundación de las Cajas de Ahorro (Funcas), Raymond Torres, explica que Oriente Medio es una región productora y exportadora muy importante de abonos y esto puede implicar efectos “graves”, porque se ha paralizado la producción en algunos países, porque no se puede transitar ni exportar. Como ejemplo, Catar tiene paralizada una planta de procesamiento de gas licuado por el impacto de los drones; y, según señala Funcas, los precios de los fertilizantes repuntaron un 24% la semana pasada.

Otra consecuencia del conflicto es logística, según Raymond Torres, pues se ha desorganizado el tráfico marítimo, también hay amenazas de ataques hutíes y, por ello, los barcos deberán rodear toda África y pasar por el cabo de Buena Esperanza. Además las aseguradoras están aumentando sus primas.

El aumento de cotizaciones también se han notado en mercados de materias primas (cereales y oleaginosas) de referencia como Chicago o París, aunque los operadores cerraron la semana pasada prudentes, según la agencia especializada en análisis agrícola Agritel.

El secretario general de la patronal de comerciantes de



El encarecimiento del petróleo, el gas y la logística puede trasladarse a toda la cadena alimentaria. / ARCHIVO

Tensión con Estados Unidos

El sector agroalimentario español está siguiendo con preocupación la amenaza de Estados Unidos de cortar el comercio con España por su postura respecto a la ofensiva contra Irán. Un escenario que afectaría especialmente a las exportaciones de vino y aceite de oliva, dos de los pilares de la balanza comercial agroalimentaria española en el mercado estadounidense, aunque también tendría repercusiones relevantes en otros ámbitos como el sector cárnico o la aceituna de mesa.

Ante la amenaza lanzada por Trump, el Gobierno español ha respondido que la política comercial depende de la Unión Europea, no de España, y por tanto no puede haber una ruptura con un solo país. En este sentido, el ministro de Economía, Comercio y Empresa, Carlos Cuerpo, ha apelado a la calma al recordar que la unidad de la Unión Europea, que actúa como bloque comercial, ofrece protección a España frente a este tipo de amenazas.

Desde el ámbito comunitario, la Comisión Europea ha expresado su disposición a actuar para salvaguardar los intereses del conjunto de la Unión Europea ante las amenazas comerciales estadounidenses. El portavoz comunitario de Comercio, Olof Gill, ha indicado que, a través de la política comercial común, la UE está preparada para intervenir si fuese necesario para proteger sus intereses.

Desde el sector agroalimentario español, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) ha expresado su confianza en que el conflicto encuentre una rápida solución mediante el diálogo entre los gobiernos de España y Estados Unidos, con el objetivo de preservar la estabilidad comercial.

En el sector oleícola, las organizaciones han evitado realizar valoraciones públicas por el

momento. No obstante, a nivel empresarial, el grupo Dcoop anunció la paralización de la operación destinada a adquirir el control total de su filial estadounidense Pompeian tras la amenaza de embargo.

En el ámbito vitivinícola, la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) ha apelado a la prudencia y a la cordura ante la situación generada. Por su parte, la patronal cárnica Anice ha manifestado su preocupación, aunque considera que las declaraciones de Trump constituyen por ahora “manifestaciones de carácter político cuyo alcance concreto debe clarificarse”. En paralelo, el sector productor e industrial del cerdo ibérico considera prematuro anticipar impactos.

Por su parte, la Asociación de Comerciantes de Cereales y Oleaginosas (Accoe) ha advertido de que un encarecimiento prolongado del gas y el petróleo trasladaría sobrecostes a toda la cadena agroalimentaria y aumentaría la volatilidad de los mercados.

En el campo, desde el inicio del conflicto bélico en Oriente Medio, ya se registran incrementos en los costes de producción. En concreto, los productores constatan subidas en los precios de los fertilizantes y en el gasóleo agrícola, con una tendencia claramente alcista si la situación internacional se prolonga.

Este encarecimiento se suma además al aumento de la energía eléctrica y del gas, en un contexto ya marcado por elevados costes de producción, lo que incrementa la presión económica sobre las explotaciones agrarias.

El encarecimiento de estos insumos resulta muy preocupante al tratarse de productos básicos para la producción agrícola, cuyo coste condiciona directamente las labores agronómicas esenciales y eleva el gasto global de explotación. ■

cereales Accoe, José Manuel Álvarez, ha definido como “colateral pero potente” el efecto del conflicto, porque si el gas y el petróleo se encarecen mucho tiempo se trasladará a toda la cadena alimentaria.

■ ¿CUÁNTO VA A DURAR?

¿Cuánto va a durar? Esta es la gran pregunta que circula entre la opinión pública, los análisis de las patronales, de la Administración y de los expertos.

Raymond Torres asegura que el impacto dependerá de lo que dure el conflicto, pues si se extiende unas semanas será transitorio pero si va a meses repercutirá en el Índice de Precios de Consumo (IPC). Según Funcas, la inflación subirá el 3% de aquí al verano y el Producto Interior Bruto (PIB) español crecerá dos décimas menos de lo anticipado en el supuesto de que se limite a tres meses. La Fundación de las Cajas de Ahorro añade que el encarecimiento de la cesta de la compra retrasaría el avance del consumo privado.

Otro factor será cómo afectarán los ataques al potencial productivo, en casos como las plantas de Catar o una refinera de Arabia Saudí.

Como muestra agrícola también está la importancia de Irán como líder en producción y exportador mundial de pistachos, pues si sus infraestructuras se ven dañadas recortará la oferta disponible, en un momento de expansión del fruto seco.

■ ¿LA SITUACIÓN ES COMO LA DE LA GUERRA DE UCRAINA?

No es la misma ni de lejos, por ahora, según las palabras del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

Según Funcas y Agritel, hasta el momento, los precios no han alcanzado los picos del año 2022 cuanto la invasión rusa desencadenó la crisis mundial alimentaria y problemas de abastecimiento del norte de África e incluso de Oriente Medio.

Irán no tiene la importancia agrícola de Ucrania y de Rusia, pero nadie aventura cómo puede acabar este conflicto.

■ LAS AMENAZAS DE TRUMP

Sectores exportadores españoles como el olivarero, el vino o las conservas pesqueras escuchan la amenaza lanzada por Donald Trump de cerrar el comercio con España, cuando aún no tienen claro en qué nivel se van a situar los aranceles, después del revés del Tribunal Supremo estadounidense a la política de su presidente.

En relación a este problema, el secretario general de la patronal conservera Anfaco-Cytma, Roberto Alonso, ha señalado que la incertidumbre arancelaria y ese hipotético bloqueo total del comercio “perjudican a ambas partes, en origen y destino”.

No obstante, ha llamado a la prudencia porque Estados Unidos es un mercado “fundamental”, aunque la política comercial exige un “nivel elevado de rigor técnico” antes de la adopción de cualquier medida.

El primer Congreso Nacional de la Alcachofa presenta un balance positivo

El evento reunió a la cadena de valor del sector y ya prepara una futura edición

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El I Congreso Nacional de la Alcachofa, celebrado en Benicarló los días 27 y 28 de febrero, se ha cerrado con un balance “muy positivo” por parte del Consejo Regulador de la DOP Alcachofa de Benicarló, que coorganizó el evento junto a Fundación Cajamar. El encuentro superó las 120 inscripciones y reunió a productores, investigadores, empresas y cooperativas para analizar los retos agronómicos, comerciales y de innovación del cultivo.

El director técnico del Consejo Regulador y secretario del congreso, Nacho Lluch, ha destacado que “se han cumplido los objetivos previstos tanto por participación como por el alto nivel académico y empresarial de las ponencias”, lo que refuerza la voluntad de dar continuidad al evento. “Nos planteamos que el congreso tenga una periodicidad bianual o trianual”, avanzó.

La clausura contó con la participación del conseller de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana, Miguel Barrachina, quien subrayó el valor de la DOP Alcachofa de Benicarló como garantía de origen y calidad y animó a los consumidores a “mirar la etiqueta como gesto de compra informada que reconoce el trabajo del agricultor”.



El congreso contó con la participación del conseller de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Miguel Barrachina. / CRDOPAB

El acto inaugural estuvo presidido por el alcalde de Benicarló, Juanma Cerdá, y el diputado de Cohesión Territorial de la Diputación de Castellón, Iván Fornas. También participó el presidente del CRDOP Alcachofa de Benicarló, Víctor Morera, quien agradeció el apoyo a todos los patrocinadores y colaboradores. Además, intervinieron en los parlamentos inaugurales el coordinador de negocio de la Dirección Territorial de Castellón del Grupo Cajamar, José María Barceló Meseguer; el presidente



El congreso registró una gran afluencia de público. / CRDOPAB

de Anecoop, Alejandro Monzón; el presidente de la Federación de Cooperativas Agroalimentarias de la Comunitat Valenciana, Cirilo Arnandis; y el vicepresidente de Alcachofa de España, Pedro Herrera Viguera.

PROGRAMA

El programa abordó cuestiones como la digitalización en el cultivo, las estrategias frente al cambio climático, la sanidad vegetal, la nutrición y la comercialización del producto.

En las diferentes mesas participaron especialistas del ámbito científico y empresarial como Constantino Valero, Daniel Arcos, María Manchado, Luis Grimal, Carlos Baixauli, Josep Armengol, Patricia Chueca, Evelin Valero, Miguel Martínez, Alma Palau, María José Miquel, Roberto Ballester, Joan Carles Artés, Francisco de Miguel, Fernando Puerta y María Serrano, con la moderación de Ángel del Pino, Ana Cano y Guillermo Edo.

La mesa redonda sobre el valor de las figuras de calidad en la diferenciación del producto y su impacto en el mercado tuvo como moderador al propio Nacho Lluch y contó con representantes de IGP Alcachofa de Tudela, Asociación Alcachofa de la Vega Baja y la Cooperativa Agrícola del El Prat de Llobregat.

Además, la secretaria de Alcachofa de España, Marga Guilló, presentó la campaña europea #EstoEsUnaEuropa-MásSaludable, cuyo objetivo es promocionar el consumo de alcachofa y divulgar sus beneficios nutricionales.

El I Congreso Nacional de la Alcachofa se completó con una visita de campo y una torrà popular celebradas el sábado.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación Alcachofa de la Vega Baja del Segura ha comenzado a trabajar en la obtención de la Marca de Calidad CV, un distintivo que reforzará la diferenciación del producto en el mercado, protegerá su origen e impulsará su promoción, tras más de una década de crecimiento sostenido y consolidación territorial.

Así lo anunció el presidente de la Alcachofa de la Vega Baja del Segura, Antonio Ángel Hurtado, durante su intervención en la mesa redonda “El valor de las figuras de calidad en la diferenciación del producto y su impacto en el mercado”, celebrada en el marco del Congreso Nacional de la Alcachofa en Benicarló, donde compartió espacio con representantes de la DOP Alcachofa de Benicarló, la IGP de la Alcachofa de Tudela y la Cooperativa Agrícola del Prat de Llobregat.

Hurtado ha explicado que la decisión llega después de más de una década de trabajo centrado en recuperar la identidad del territorio, cohesionar al sector y posicionar a la Vega Baja como zona productora de referencia.

La asociación, formada en la actualidad por una docena de empresas del sector y catorce de municipios de la comarca, nació en 2011 en un contexto de abandono progresivo del cultivo y pérdida de protagonismo.

Desde entonces, se ha desarrollado un proyecto comarcal basado en la promoción del territorio y en dar visibilidad a las personas que hay detrás de cada alcachofa. Se han impulsado campañas centradas en el valor

La Alcachofa de la Vega Baja del Segura inicia los trámites para obtener la Marca de Calidad CV

El sello es un paso más para reforzar la diferenciación en el mercado y avanzar en sostenibilidad e innovación en el cultivo



Intervención del presidente de la Asociación Alcachofa de la Vega Baja del Segura, Antonio Ángel Hurtado, en la mesa redonda sobre calidad diferenciada celebrada en Benicarló. / AVBS

de la huerta, acciones educativas para trasladar esos valores a los escolares, iniciativas gastronómicas para resaltar su versatilidad a través de recetarios y del concurso nacional de cocina y una estrecha colaboración con las instituciones para colaborar

en eventos relacionados con la denominada ‘Joya de la Huerta’ que ha convertido a la alcachofa en símbolo social y cultural de la comarca.

Toda esa labor se ha traducido en resultados objetivos: en la última década la superficie de

cultivo ha crecido más de un 50%, situando a la Vega Baja como la mayor zona productora de la Comunidad Valenciana, segundos a nivel nacional y principales exportadores de España. Todo ello ha consolidado el cultivo como motor económico del territorio.

UN PASO ESTRATÉGICO

La Marca de Calidad CV es un distintivo impulsado por la Generalitat Valenciana que identifica productos agroalimentarios vinculados a un territorio concreto y que cumplen requisitos específicos en materia de calidad, trazabilidad y control.

Para el presidente de la Alcachofa de la Vega Baja del Segura, “este paso supone reforzar el posicionamiento alcanzado y avanzar en profesionalización, sostenibilidad e innovación”.

“En 2011 entendimos que el primer reto era reconstruir la identidad y cohesionar el sector. La calidad siempre ha estado ahí, pero necesitábamos fortalecer el territorio y generar reconocimiento. Hoy, con un proyecto consolidado y un crecimiento sostenido, estamos preparados para dar el siguiente paso”, ha afirmado Antonio Ángel Hurtado.

En este sentido, el presidente de la Alcachofa de la Vega Baja del Segura ha añadido que “la Marca de Calidad CV no es un punto de partida, es la evolución natural de un modelo que ha demostrado que cuando el territorio se organiza, el cultivo crece. Queremos proteger nuestro origen, reforzar la diferenciación en el mercado y seguir avanzando en sostenibilidad e innovación en el campo”.

Todo ello, concluye Antonio Ángel Hurtado, con el fin de “consolidar a la alcachofa de la Vega Baja como referencia de calidad y como ejemplo de cómo un territorio organizado puede transformar un cultivo en identidad y futuro agrícola”.

La IA llega a la promoción del consumo de frutas y hortalizas

La Asociación “5 al Día” reúne al sector hortofrutícola en Madrid en su Asamblea, Jornada Profesional y entrega de Premios

► **RAQUEL FUERTES. MADRID.**
La Asociación “5 al Día” celebró el 5 y 6 de marzo su encuentro anual en Mercamadrid. La asamblea y la jornada profesional se convirtieron un año más en el epicentro del debate, la estrategia y la innovación del sector hortofrutícola. La agenda incluyó la XXVI Asamblea General de Socios, la XVIII Jornada Profesional y la gala de entrega de los XVII Premios “5 al Día”. Tres citas que durante dos días reunieron a empresas, productores, distribuidores, consultores, asociaciones y representantes institucionales comprometidos con la promoción del consumo de frutas y hortalizas.

La XXVI Asamblea General de Socios, celebrada el 5 de marzo, permitió que el equipo de la asociación presentase el balance de actividades de 2025, la revisión del Plan Estratégico 2024-2026 y el presupuesto del nuevo ejercicio, además de celebrarse las elecciones de parte de la Junta Directiva. La Asamblea volvió a consolidarse como un espacio clave para revisar el trabajo realizado, definir prioridades y reforzar la cohesión entre los socios.

La primera jornada concluyó con la tradicional cena de socios, durante la cual se entregaron los XVII Premios “5 al Día”, destinados a reconocer a entidades, empresas y profesionales que destacan por su labor en la promoción del consumo de frutas y hortalizas. La gala se convirtió, un año más, en un espacio para



“5 al Día” celebró el 5 y 6 de marzo su encuentro anual en Mercamadrid. / RF

visibilizar proyectos inspiradores y reforzar el compromiso colectivo con la alimentación saludable. Destacó la emotividad en una gala que estrenaba galardones realizados en cerámica por los jóvenes de ASSIDO Murcia que recibieron el aplauso y el reconocimiento de los presentes. Los galardonados fueron: Mejor

Proyecto dirigido a la población Infantil, La “Pandi”; Proyecto con más Impacto en la Sociedad, Frutería Casa Rosarito; reconocimiento al Comunicador Comprometido, M^a de los Ángeles García (Boticaria García); Trayectoria profesional mujer, Lucía Aragonés, de Ifco; Trayectoria profesional hombre, José María



Imagen de los galardonados en los XVII Premios “5 al Día”. / R. FUERTES

Bonmatí, de Aecoc, reconocimiento Honorífico a Bartolomé Saro, de Europool y, a título póstumo, el Premio Honorífico para José Antonio Cánovas.

Tras esta primera jornada, el 6 de marzo tuvo lugar la XVIII Jornada Profesional, que este año giró en torno a un eje tan actual como determinante: la inteligencia artificial y su impacto en la comunicación y en el futuro del sector hortofrutícola. Bajo el lema “Conectando el sector: IA y comunicación para el futuro del sector hortofrutícola”, la jornada reunió a profesionales de toda la cadena agroalimentaria en un programa que combinó análisis, visión estratégica y debate técnico.

La inauguración estuvo a cargo de Ramón Fernández-Pacheco, consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía; David Chica Marcos, director general de Mercamadrid; y Joaquín Rey, presidente de la Asociación “5 al Día”. Los tres coincidieron en subrayar la importancia de impulsar la innovación, la digitalización y la comunicación estratégica para reforzar la competitividad del sector y acercar aún más las frutas y hortalizas al consumidor.

La primera intervención corrió a cargo de Bárbara Ferrer, Head of Digital Mediterráneo de Medios, quien analizó el papel de la inteligencia artificial en la alimentación del futuro y su capacidad para transformar procesos, optimizar recursos y mejorar la

relación entre marcas y consumidores. Posteriormente, María José Sánchez, directora de Fruit Attraction, explicó junto con miembros de su equipo de laboratorio cómo las nuevas tecnologías están redefiniendo el negocio ferial, ampliando audiencias, mejorando la experiencia del visitante y generando nuevas oportunidades de promoción y comercialización.

La jornada continuó con la ponencia de Enrique de los Ríos, director general de Unica Group y presidente del Comité de Frutas y Hortalizas de AECOC, quien planteó una reflexión provocadora sobre los límites, retos y contradicciones del marketing actual bajo el título “¿Necesita marketing el marketing?”.

La mañana concluyó con una mesa redonda centrada en la certificación en la era de la inteligencia artificial, moderada por David Baños y con la participación de Ana María Robles, Santiago Botas, Javier Cerezo y Juan José Vázquez. El debate puso de manifiesto el valor añadido que aportan las certificaciones, la importancia de la trazabilidad y la transparencia, y las oportunidades que abre la IA para mejorar procesos y reforzar la confianza del consumidor.

La jornada contó con el apoyo de entidades como Cajamar, Euro Pool System, Uniq, Sandía Fashion, Pink Lady, Primaflor, Consuay, Udapa, Mercamadrid y Fruit Attraction, que contribuyeron a dar forma a un encuentro que volvió a demostrar la capacidad del sector para adaptarse, innovar y avanzar unido hacia un futuro marcado por la tecnología y la comunicación estratégica.

Los encuentros del 5 y 6 de marzo confirmaron el papel de “5 al Día” como plataforma esencial para la coordinación, la divulgación y la innovación dentro del sector hortofrutícola. La conversación generada durante la jornada se extendió también a las redes sociales bajo el hashtag #JORNADA5AD.

La AICA intensifica el control de la Ley de la Cadena con 991 sanciones en 2025

La AICA cuadruplica las infracciones respecto al 2024

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) reforzó en 2025 sus actuaciones de inspección y control del cumplimiento de la Ley de la Cadena Alimentaria en coordinación con las autoridades de ejecución de las comunidades autónomas, una labor que se saldó con la imposición de 991 sanciones, casi cuatro veces más que en 2024.

Los datos fueron presentados el 4 de marzo de 2026 durante la reunión del consejo asesor de la AICA, presidida por la secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, quien destacó el balance de actividad del pasado ejercicio y subrayó la importancia de la nueva Planificación Estratégica 2026-2029.

Este marco plurianual tiene como objetivo optimizar la capacidad operativa de la agencia, reforzar la interlocución con el

sector y con otras administraciones y consolidar el papel de España como referente internacional en la lucha contra las prácticas comerciales desleales. La planificación estratégica se desarrollará mediante planes anuales que serán publicados para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas. El correspondiente a 2026 incluirá la puesta en marcha de un plan piloto de colaboración reforzada con las autoridades autonómicas encargadas de la ejecución de la norma.

■ BALANCE DE 2025

Durante el ejercicio 2025, la AICA realizó un total de 399 inspecciones, de las cuales el 56% se centraron en el sector de frutas y hortalizas, seguido del sector cárnico, que concentró el 13% de las actuaciones. En conjunto, se supervisaron 2.978 relaciones comerciales.

La agencia investigó además 28 denuncias por presuntos incumplimientos de la Ley de la Cadena Alimentaria, más de un tercio vinculadas al sector hortofrutícola. Desde la creación de la AICA en 2014, el 90% de las denuncias han sido presentadas por productores u organizaciones representativas, y el 67% han finalizado con sanción. El balance anual se cerró con 991 infracciones sancionadas. Más de la mitad de ellas (51%) correspondieron a la falta de inscripción en el registro de contratos alimentarios. El resto se relaciona principalmente con incumplimientos de los plazos de pago y con la ausencia de elementos contractuales esenciales, como la fijación del precio.

Desde 2014, la AICA ha llevado a cabo 8.407 inspecciones que han derivado en 4.947 sanciones, por un importe total cercano a los 28 millones de euros.



■ COMUNIDADES AUTÓNOMAS

La actuación de las comunidades autónomas también se intensificó durante 2025.

Las administraciones regionales realizaron 705 inspecciones de oficio, que permitieron controlar 2.858 relaciones comerciales e imponer 793 sanciones, prácticamente el doble que en 2024.

Durante la reunión del consejo asesor se presentó además un avance del futuro reglamento europeo sobre cooperación entre autoridades de ejecución (reglamento UTP), cuya adopción está prevista próximamente y que reforzará la cooperación administrativa entre los Estados miembros de la UE en materia de prácticas comerciales desleales.

■ LÍNEAS PARA 2026

Tras doce años de experiencia, la AICA incorporará a su

planificación de 2026 las evidencias recopiladas durante este periodo. El plan de control para este ejercicio se apoyará en cuatro principios clave: continuidad, consolidación, simplificación y coordinación. Los criterios de selección de actuaciones tendrán en cuenta factores como la existencia de indicios que no hayan podido ser sancionados previamente, la repercusión de determinadas conductas en la cadena alimentaria o la posible reincidencia.

Entre las principales novedades destaca la introducción de un programa piloto de cooperación reforzada con las autoridades autonómicas de ejecución, así como la incorporación de criterios destinados a dotar de la máxima objetividad a la actuación inspectora, incluyendo la definición del alcance de las inspecciones.

El relevo generacional del campo también se hace viral

Éxito de la segunda edición de los Premios Agroinfluye, que reconocen a aquellos influencers agrarios que utilizan las redes sociales para acercar la agricultura y la ganadería a los jóvenes

► JULIA LUZ, SEVILLA.

El relevo generacional en el sector primario ya no es un mito. Hay jóvenes apasionados por la agricultura y la ganadería, y están dispuestos a demostrarlo. No sólo con su trabajo diario y su dedicación al oficio, sino también a través de las redes sociales, utilizando los nuevos canales y plataformas de contenido para visibilizar la relevancia social y económica del medio rural.

Esta energía quedó patente en los II Premios Agroinfluye, organizados por Agromillora y Dos Esferas Comunicación, con el apoyo del Banco Santander, que se celebraron el pasado 3 de marzo en el Cartuja Center CITE de Sevilla. Estos galardones buscan reconocer a los influencers agrarios que comparten el día a día del sector en sus perfiles, acercando la vida agrícola y ganadera a un público cada vez más amplio. Y en este segundo año, se han acercado aún más a su objetivo. Con más de 300 asistentes presenciales y otros 300 en streaming, la edición de 2025 consiguió duplicar las cifras de la primera convocatoria, con 66 nominados, más de un millón de impresiones en redes sociales y cerca de 200.000 votos del público.

Para Anna Nin, responsable de comunicación y marketing de Agromillora, estos premios son una gran oportunidad para dar más visibilidad al sector primario, porque “la forma en que comunicamos y mostramos todo lo que se hace en el sector es clave. La agricultura y la ganadería tienen muchísimo que contar a la sociedad, y los creadores de contenido nos ayudan a innovar en esa comunicación. Creemos que debemos apoyarlos”. Hizo además hincapié en la colaboración conjunta del sector y en “una palabra que se ha repetido mucho en el evento y que refleja el objetivo de estos premios: comunidad. Se trata de conocernos mejor entre empresas, sector privado, instituciones y centros educativos; aquí hay una representación muy variada de colaboradores y patrocinadores, y eso aporta un valor enorme. Y queremos seguir impulsando esta colaboración”.

Por su parte, Ricardo Pozas, responsable Agro de Banco Santander en Andalucía, destacó que en la entidad cuentan con “un departamento especializado que busca estar lo más cerca posible de nuestros agricultores y ganaderos, apoyándolos en su labor” y alabó también el papel de los allí presentes, pues “están haciendo una función extraordinaria: enseñan a las nuevas generaciones que la leche no se fabrica en los supermercados, que la hamburguesa no sale de una máquina, y muestran de dónde vienen alimentos como el pan, el pimiento o la carne picada. Además, contribuyen a que generaciones más veteranas también se transformen y se acerquen a



Los premiados de la segunda edición de los Premios Agroinfluye en el escenario del Cartuja Center CITE de Sevilla, lugar que acogió el evento. / PREMIOS AGROINFLUYE

nuevas formas de comunicación y conocimiento del sector”.

En el evento se entregaron catorce categorías y cuatro menciones especiales, pero también quedó espacio para el networking. Algunas empresas del sector aprovecharon la ocasión para interactuar directamente con estos nuevos perfiles del mundo agrario, los agro-influencers. Estos creadores no sólo muestran la realidad del sector, sino que abren una nueva ventana comercial para aquellas empresas que se animan a dar el salto hacia las nuevas pantallas y explorar formas innovadoras de comunicar.

“Estos premios son una oportunidad única para conocer directamente a personas que están en contacto con el agricultor. Muchos de ellos son agricultores y pueden probar de primera mano nuestros productos, para luego compartir su experiencia en redes o con otros compañeros

del sector. Además, representan un perfil completamente nuevo, es un fenómeno que está empezando a crecer, que apenas está naciendo, y resulta muy interesante observar cómo se desarrolla”, explicaba Ana Pelegrín, responsable de marketing y comunicación de la región sur de Europa en Qemetic.

■ GALARDONES Y MENCIONES

“Me llena de orgullo ver a tanta gente mostrando su día a día y comprobar que no estamos solos: hay muchos que nos apoyan en esta labor. Debemos seguir mostrándolo cada día, porque vienen nuevas generaciones y está en nuestra mano acercar el campo, el mundo rural y el sector primario a los jóvenes”, expresó Lucía Casal (@luciaaacasal) al recibir el premio al Mejor Content Creator Agro, galardón entregado por Agromillora que la convierte en madrina de la próxima edición de

los premios. Unas palabras con las que coincidieron muchos de sus compañeros galardonados, quienes, durante sus discursos, no sólo agradecieron a sus comunidades digitales y a la organización de los premios, sino que también aprovecharon para poner de relieve la difícil situación que atraviesa el sector y reivindicar aquellas líneas rojas que no están dispuestos a traspasar.

En lo que resta a las demás categorías, Espiga Dorada, entregado por Kuhn, fue para Laura Domínguez (@laura.agrodg); Vida en la Granja, entregado por Zoetis, recayó en Marta García (@valdemarzo); Siempre en la Nube 4.0, de Vegga, fue para Eduardo Luna (@la_fuina_de_los_monegros); Raíces Portugueses, entregado por Banco Santander, reconoció a Ricardo Cabral (@ironfarmer_rc); Tomatito, de Seipasa, premió a Sergio Rodríguez (@nitofrutadyverduras);

Agrolifestyle, entregado por Arcusin, fue para Lucía Vázquez (@solaenelmonte); Vida en el Vivero, de Land Gestión Agrícola, recayó en Ángel Illescas (@angel_illescas_); Sabor de Verdad, entregado por Aragón Sabor de Verdad – Gobierno de Aragón, reconoció a Álvaro Urrea (@urrapetito); Más Madera, de Anagan Correduría de Seguros, fue para Marc Miralles (@huerto_ecologico.marc); Más Vino, entregado por Deutz-Fahr, premió a Oliverio Rodríguez (@oliverio_rodfer); Maquinero, de Fendt, volvió a reconocer a Lucía Casal (@luciaaacasal); Embajador AOVE, entregado por Syngenta, fue para Alberto Rojas (@agriproduccion); y finalmente, Latido Latino, de Lainco, recayó en Bruno Riboldi (@lajoya.agro).

En cuanto a las menciones especiales, Ganaderos Makineros, patrocinada por Tatoma, fue para José Ramos (@agri_josette) y Eva Fernández (@evaferndz_11); For Earth, For Life, patrocinada por Kubota España, reconoció a Nacho Rincón (@nachoviticultura); Embajador de ANOVE, entregada por ANOVE Obtentores, premió a Carlos Borau (@agricbv), Juan Miguel Suárez (@agrosuareez) y Aitor Sánchez (@midietacojea); y Suelo Sostenible, patrocinada por Trichodex – Grupo Fertiberia, fue para Germán Fernández (@germanagrolife).

Los premios Agroinfluye ya miran hacia su tercera edición, con la ilusión y la confianza de que el sector agrario continúe ganando espacio entre los jóvenes a través de las nuevas pantallas. Que estas voces digitales no sólo visibilicen la importancia del campo, sino que también impulsen de manera real el relevo generacional y fortalezcan el futuro de un sector que sigue siendo esencial para la sociedad.



En el evento se entregaron trece categorías y cuatro menciones especiales además del “Mejor Content Creator Agro”. / JULIA LUZ

Agrocultivos

El pulgón amenaza miles de hectáreas hortofrutícolas del sureste español

El sector y las comunidades autónomas reclaman al MAPA la autorización excepcional del *spiroetramat* para frenar una plaga que ya ha arrasado más de 2.000 hectáreas y amenaza con provocar un colapso productivo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La crisis fitosanitaria provocada por diversas especies de pulgón (familia *Aphididae*) amenaza miles de hectáreas agrícolas en el sureste español, una situación que se agrava ante la ausencia de fitosanitarios eficaces por la prohibición de ciertas materias activas del catálogo autorizado por la Unión Europea.

Así lo puso de manifiesto el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, durante su intervención en el 18º Symposium de Sanidad Vegetal, donde pidió al Ministerio de Agricultura la creación de una mesa técnica entre comunidades autónomas para abordar las herramientas disponibles frente a las plagas.

La provincia de Almería se ha convertido en el principal foco de la plaga. Según los datos recopilados por asociaciones de productores y la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, a fecha de 3 de marzo de 2026 el pulgón ha destruido ya más de 2.000 hectáreas de cultivos. Además, el avance del insecto presenta un ritmo muy agresivo. Las autoridades estiman pérdidas adicionales de entre 200 y 250 hectáreas semanales, superficies que deben ser arrancadas preventivamente para establecer cordones sanitarios que protejan las explotaciones colindantes y eviten una expansión incontrolada por toda la provincia.

Según explicó el consejero, esta plaga está afectando de forma severa a entre el 60% y el 70% de la superficie de producción de cultivos hortícolas al aire libre. Los daños se concentran principalmente en cultivos del género *brassica*, especialmente el brócoli pero también en hortalizas de hoja verde como lechuga, apio, espinacas y col china. Asimismo, se ha detectado una gran afección en cítricos, tanto en naranja como en mandarina. Fernández-Pacheco advirtió además de que “con las nuevas lluvias el problema en sanidad vegetal se agravará en Andalucía”, lo que aumenta la preocupación en el sector ante el incremento de poblaciones de insectos y enfermedades.

Según el consejero, muchos daños son irreparables y la campaña de primavera —clave para el equilibrio económico anual de



El pulgón debilita los árboles mediante la succión masiva de savia y deteriora la calidad comercial del fruto debido a la secreción de melaza, que favorece la aparición de hongos y actúa como vector de virosis, como la clorosis nervial amarilla. / ARCHIVO

miles de familias— se encuentra comprometida. Mientras, el sector estima que, de mantenerse la actual dinámica, la superficie afectada podría superar las 10.000 hectáreas en el corto plazo, lo que supondría un colapso productivo sin precedentes en la horticultura intensiva bajo plástico y al aire libre.

En este sentido, el consejero señaló que el mayor reto actual para el campo andaluz es precisamente el de las enfermedades de sanidad vegetal, que “está poniendo en jaque el campo, una de las primeras potencias en producción agrícola a nivel europeo y dispensa de alimentos hortofrutícolas para millones de europeos”. Por ello recordó que, a pesar de los esfuerzos de los productores para aplicar técnicas de gestión integrada de plagas, priorizando prácticas como la lucha biológica o el uso de biopesticidas, las poblaciones de insectos y enfermedades se incrementan año tras año.

En declaraciones a los medios, el Fernández-Pacheco defendió que el sector necesita herramientas reales y eficaces para controlar las plagas de forma inmediata. En este contexto, explicó que Europa cuenta con el marco regulatorio más exigente para la autorización de productos fitosanitarios, algo que aporta seguridad tanto a agricultores como a consumidores, pero señaló que esa elevada exigencia también acaba pasando factura en muchos casos a los

Según datos del sector, el pulgón ha destruido ya más de 2.000 hectáreas de cultivos y estiman pérdidas adicionales de entre 200 y 250 ha semanales que podrían llegar a superar las 10 mil ha en el corto plazo

productores, que no siempre disponen de suficientes herramientas para hacer frente a las plagas actuales —muchas de ellas de aparición reciente—, mientras que el uso reiterado de las pocas disponibles favorece además la aparición de resistencias. Así, sostuvo que es necesario evitar los “vaivenes regulatorios que en ocasiones dejan huecos difíciles de cubrir para proteger las cosechas”.

Por ello, abogó por “abordar de manera urgente, seria, ágil y desde el rigor técnico la estricta aplicación de la actual legislación europea y cómo mejorar este procedimiento teniendo en cuenta cómo están actuando otros estados miembros competidores de nuestros productores”.

Aprovechando el marco del simposio, Fernández-Pacheco solicitó al ministro de Agricultura, Luis Planas, la creación de una mesa de trabajo técnica sobre sanidad vegetal en la que participen las distintas comunidades autónomas afectadas para analizar las herramientas fitosanitarias disponibles frente a las plagas. Y es que ante la gravedad del escenario, las consejerías de Agricultura de Andalucía, Región de Murcia y Comunitat

Valenciana han creado un frente común y han remitido una carta conjunta al ministro Luis Planas solicitando esta reunión urgente y la adopción de soluciones excepcionales.

La principal demanda del sector pasa por la autorización excepcional del *spiroetramat* al 10%. Este insecticida, de sistema doble o ambimóvil, puede desplazarse tanto por el xilema como por el floema, lo que le permite alcanzar los tejidos jóvenes donde el pulgón se refugia y se reproduce.

Países competidores directos como Francia, Italia, Alemania, Portugal y Grecia ya han autorizado su uso. Según el sector, negar esta herramienta a los productores españoles supone un agravio comparativo que debilita su competitividad frente a importaciones procedentes de terceros países.

■ TEMOR A PERDER MERCADOS EN MURCIA

En la Región de Murcia, la evolución de la plaga presenta paralelismos con la crisis almeriense. El pulgón ha colonizado cientos de hectáreas en el Valle del Guadalentín, el Campo de Cartagena y la zona de Lorca.

Los agricultores muestran preocupación ante la posible pérdida de mercados internacionales frente a competidores como Italia o Portugal, que ya disponen de autorizaciones para fitosanitarios más eficaces.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, ha subrayado la necesidad de una acción coordinada entre las tres regiones que conforman el principal polo hortofrutícola europeo. Según Rubira, Murcia, Almería y la Comunitat Valenciana generan conjuntamente el 42,5% del Valor Añadido Bruto agrario de España, lo que convierte la resolución de esta crisis fitosanitaria en un asunto de seguridad nacional y estabilidad económica.

Además, la Asamblea Regional de Murcia ha aprobado por unanimidad una moción del Partido Popular que exige al Gobierno central que autorice el uso excepcional de productos fitosanitarios contra la plaga del pulgón usados en otros países de la Unión Europea “para evitar pérdida de competitividad y de empleos en nuestro sector primario”.

Esta petición ha sido llevada a la Comisión de Política Territorial, Medio Ambiente, Agricultura y Agua por el diputado Jesús Cano, quien ha reclamado al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que permita usar estos fitosanitarios basándose en la aplicación estricta del principio de reconocimiento mutuo. “¿Por qué si seis países europeos han autorizado excepcionalmente un producto para poder combatir la plaga del pulgón, el Gobierno de Sánchez les niega a nuestros agricultores poder utilizarlo?”, ha afirmado durante al comisión.

■ CONSECUENCIAS MÁS ALLÁ DE LA PRODUCCIÓN

El impacto del pulgón no se limita a la reducción del volumen cosechado, sino que afecta directamente a la calidad comercial. La melaza excretada por el insecto favorece la aparición del hongo de la negrilla (*Capnodium sp.*), que inutiliza los frutos para su comercialización en categorías de exportación premium.

Además, la plaga actúa como vector de virosis, entre ellas la clorosis nervial amarilla en cítricos o el virus del amarilleo en cucurbitáceas, lo que introduce un riesgo estructural a largo plazo para las explotaciones.

Por todo esto, el sector agrario reclama al ministro Luis Planas que adopte medidas inmediatas más allá de soluciones biotecnológicas a largo plazo y considera inaplazable la creación de una mesa técnica extraordinaria entre el Ministerio y las comunidades autónomas.

De la rapidez de la respuesta administrativa en los próximos días dependerá, según productores y administraciones regionales, que las miles de hectáreas amenazadas continúen siendo el motor económico del sureste y el Levante español o se conviertan en una pérdida irreversible.

► AGROSEGURO.

La meteorología del año 2025 se ha caracterizado por su intensa actividad tormentosa y el paso constante de tormentas de pedrisco que han provocado daños sobre diferentes producciones de todo el país. Esta situación se ha repetido también en la Comunidad Valenciana, donde el seguro agrario ha superado este año los 90 millones de euros en indemnizaciones, un 31% más que en 2024. De hecho, algo más de 70 millones corresponden a daños causados por el pedrisco —así como por lluvia persistente, inundación y viento— registradas en la región desde abril y hasta diciembre, aunque descargaron con especial severidad durante los meses de mayo, julio y septiembre.

Por producciones, destacan los siniestros registrados por los cítricos, con cerca de 59 millones de euros, y más de 26.000 hectáreas declaradas con siniestro. Además, también destacan los daños sobre otras producciones como el kaki (8,2 millones), frutales (5,3 millones), uva de vino (4,5 millones), uva de mesa (2,8 millones) y hortalizas (2,7 millones). En el caso de los seguros pecuarios, los ganaderos valencianos asegurados han registrado siniestros por valor de 5,4 millones de euros.

El resto de las indemnizaciones, hasta completar el total, corresponde a productores valencianos asegurados en otras líneas de seguro, como herbáceos extensivos, frutos secos, cultivos tropicales, cereza, planta viva y flor cortada o níspero y otros frutales.

Ahora es el momento de asegurar la próxima campaña de cítricos, cuyo último día para contratar se adelanta al 31 de julio. Aprovechando el inicio del periodo para contratar este seguro, el pasado 5 de marzo se celebró una jornada de divulgación con el objetivo de repasar las cifras más destacadas del año, así como las principales novedades del seguro. El evento contó con la asistencia de representantes de entidades coaseguradoras y sus redes comerciales. La apertura corrió a cargo de Ignacio Machetti, presidente de Agroseguro, y Vicente Tejedo, secretario autonómico de la Conselleria de Agricultura, Agua, Ganadería y



Los cítricos lideran el ranking de indemnizaciones con cerca de 59 millones de euros y más de 26.000 hectáreas declaradas con siniestro. / ARCHIVO

La Comunidad Valenciana cierra 2025 con una indemnización superior a 90 millones de euros

Las indemnizaciones del pasado ejercicio se han incrementado un 31% respecto a la campaña 2024

Pesca de la Generalitat Valenciana. Tejedo destacó la colaboración con Agroseguro y reafirmó que “fomentar la contratación de los seguros agrarios es objetivo prioritario de la Generalitat Valenciana”.

Por su parte, Manuel González Corral, director territorial de Agroseguro en Levante, detalló que el seguro de cítricos se situó como el quinto más contratado a nivel nacional, con 80 millones en primas, y que la Comunidad

Valenciana concentra la mayor implantación. Entre los riesgos más relevantes, señaló el pedrisco, seguido de viento y otras adversidades climáticas, que elevaron las indemnizaciones hasta los 59 millones de euros en la región. El resto se repartió entre Murcia y Andalucía, otras zonas productoras clave.

De cara a la campaña 2026, entre las novedades más importantes destaca la individualización de las coberturas y el adelanto al

31 de julio del cierre del periodo de contratación para todos los módulos y ámbitos, con el objetivo de fomentar la contratación temprana y cubrir todos los siniestros de la campaña. Además, se flexibiliza la posibilidad de modificar pólizas.

■ CIFRAS DE AGROSEGURO

● Principales cifras del seguro agrario: crecimientos en las primas (+45%), crecimiento en capitales asegurados (+51%),

530 millones de euros en indemnizaciones alcanzadas en 2025 solo a consecuencia de la actividad tormentosa —muy en especial, por pedrisco—, con daños en más de un millón de hectáreas, ambas cifras récord histórico para estos fenómenos.

- El año acabó convertido en el segundo de mayor siniestralidad de la historia del seguro agrario, si bien también con récord de contratación, que alcanzó los 1.029 millones de euros en primas totales
- El seguro de cítricos cerró el ejercicio 2025 con unas indemnizaciones de 86 millones de euros, de los que casi 60 correspondieron a la Comunidad Valenciana.
- La dotación presupuestaria de la Generalitat Valenciana para este fin asciende en 2026 hasta los 37 millones de euros, lo que sitúa a la Comunidad Valenciana como la que mayor cifra destina, y se traduce en una aportación a las primas de la región equiparable a la de la Administración central. De este importe, 15 millones se destinarán a la subvención del seguro de cítricos.

■ ARAGÓN

Múltiples actividades en torno a la floración de almendros y cerezos

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Próxima a llegar la primavera, los campos aragoneses se tiñen de blanco y rosa con las flores de almendros, cerezos, melocotoneros y otros frutales, como presagio de buena cosecha debido a las abundantes lluvias.

En torno a la floración surgen iniciativas por doquier. La localidad oscense de Fraga celebró el pasado fin de semana la ruta de la floración que atrajo a cientos de personas algunas llegadas de sitios tan distantes como Canadá. El Ayuntamiento organizó caminatas entre frutales, combinadas con música, que han convertido la cita en una ruta turística consolidada.

Además de Fraga, en la comarca del Bajo Cinca también

organizan rutas las localidades de Binaced, Torrente de Cinca, Velilla de Ebro y Osso de Cinca.

Valdeatorrada (Teruel) celebró de viernes a domingo la XIII Feria de la Almendra y Productos Artesanos, con un total de 33 expositores, en la que se rindió homenaje al trabajo de los agricultores del territorio, sin perder de vista el peso cada vez mayor de los productos artesanos.

La alcaldesa de Valdeatorrada, Reyes Gimeno, señaló que “ese paisaje de almendros que tiñen nuestros campos, junto a nuestros olivos, son nuestra verdadera bandera”.

Entre otras actividades, hubo exposición de maquinaria agrícola, un Rally Fotográfico dedicado a los almendros en flor, y



Ruta de la floración en Fraga (Huesca). / AYUNTAMIENTO DE FRAGA

visitas guiadas para los visitantes por el municipio.

En Ayerbe se celebra cada año una caminata “En la Flor del Almendro”. Loarre, con su castillo medieval, ha sido destacado por la publicación National Geographic como uno de los mejores lugares de España para ver la floración del almendro. También en la provincia de Huesca, Bolea, que celebra una feria dedicada a la cereza, organiza paseos entre cerezos en flor.

En El Frasno (Zaragoza), famoso por su feria de la cereza, la floración de los cerezos suele seguir poco después de la de los almendros, tiñendo de rosa intenso los senderos de la Sierra de Vicor y la Senda de los Acebales.

La localidad de Almunia de Doña Godina se llenan de mil matices durante la primavera con cerezos, almendros y melocotoneros, ofreciendo un paisaje que algunos visitantes llaman la “Vila en Rosa” por la abundancia de

tonalidades que se mezclan en sus campos.

En la comarca turolense del Matarraña, en pueblos como Valderrobres, Calaceite, Valdeltormo o Cretas, las extensiones de almendros en flor forman paisajes que parecen nevados en la época de la primavera.

Calanda acogerá el próximo 15 de marzo la cuarta celebración de la floración de los melocotoneros. Marca el inicio del ciclo agrícola del reconocido Melocotón de Calanda. El Ayuntamiento ofrece una experiencia que une historia, cultura, patrimonio, naturaleza y gastronomía. La actividad comenzará a las 10:30 horas, con salida desde el Centro Buñuel Calanda.

Se visitará una de las fincas más extensas del municipio, integrada en un entorno agrícola de más de 600 hectáreas de melocotoneros cultivados por los diferentes productores locales. Allí, Ramón González, productor de Cooperativa La Calandina, explicará el ciclo del melocotón, las principales variedades cultivadas, la tecnología aplicada a la agricultura y los retos actuales.

La sanidad vegetal reclama un marco regulatorio estable para garantizar la producción de alimentos

El 18º Symposium de Sanidad Vegetal reúne en Sevilla a más de 1.300 profesionales y pone el foco en la innovación, la regulación europea y las herramientas necesarias para proteger los cultivos

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El 18º Symposium de Sanidad Vegetal, celebrado en Sevilla, reunió a más de 1.300 profesionales y puso el foco en la necesidad de contar con un marco regulatorio estable, innovación tecnológica y herramientas eficaces para proteger los cultivos en un contexto de cambio climático y creciente presión normativa europea.

Organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas y Graduados en Ingeniería Agrícola de Andalucía Occidental (COITAND), el encuentro volvió a consolidarse como uno de los principales foros técnicos del sector en España.

Durante tres jornadas, técnicos, investigadores, empresas y representantes de la administración analizaron los principales retos fitosanitarios que afronta la agricultura en un escenario marcado por la aparición de nuevas plagas, la reducción de materias activas disponibles y la necesidad de mantener la competitividad de las explotaciones.

“Sin sanidad vegetal no hay agricultura y sin agricultura no hay futuro”, señaló el presidente del COITAND, Carlos León Garrido, durante la inauguración.

Durante el acto inaugural, en el que participaron el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, ambos coincidieron en subrayar el papel estratégico de la sanidad vegetal para garantizar la producción de alimentos.

Planas calificó el encuentro como “el mejor evento de sanidad vegetal que hay en España” y defendió la protección de los cultivos como un pilar esencial para la competitividad agraria. En este sentido, apostó por acelerar la incorporación al mercado de soluciones basadas en biocontrol y nuevas técnicas genómicas (NTG), capaces de desarrollar variedades más resistentes al estrés hídrico y a las presiones fitosanitarias.

Por su parte, Fernández-Pacheco puso el foco en la necesidad de abordar el debate regulatorio europeo desde el rigor técnico y con mayor agilidad administrativa. El consejero recordó que la Unión Europea cuenta con uno de los marcos regulatorios más exigentes en materia fitosanitaria, lo que aporta garantías para agricultores y consumidores, aunque también reclamó mayor certidumbre para los productores ante los cambios normativos que afectan a la disponibilidad de herramientas para proteger las cosechas.

■ LA SOBERANÍA ALIMENTARIA EN LA AGENDA EUROPEA

Uno de los debates centrales del Symposium giró en torno al nuevo Reglamento Omnibus de la



En total se celebraron más de 60 ponencias y conferencias magistrales. / JULIA LUZ

Comisión Europea, que introduce cambios relevantes para la política agrícola y la sanidad vegetal.

Por primera vez, la soberanía alimentaria aparece como una prioridad política dentro de la agenda comunitaria. Entre las medidas planteadas figuran la simplificación administrativa, ajustes en los límites máximos de residuos (LMR) para impor-

ciones, un mayor control en fronteras y el impulso a herramientas tecnológicas aplicadas a la agricultura.

Francisco Javier Domínguez Orive, coordinador de políticas de la Secretaría General de la Comisión Europea, explicó que el reglamento podría permitir al sector ahorrar más de 1.300 millones de euros y reducir las

cargas burocráticas en torno a un 25%, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector agrario europeo.

No obstante, varios ponentes señalaron que el texto todavía plantea incertidumbres. Entre ellas, la regulación del uso de drones para la aplicación de fitosanitarios, donde algunos expertos consideran que sería más eficaz establecer criterios claros de autorización para los Estados miembros.

Desde el Ministerio de Agricultura también se apuntaron reservas. Carlos Romero Cuadrado, subdirector general de Sanidad e Higiene Vegetal y Forestal del MAPA, advirtió sobre el riesgo de que el nuevo marco priorice en exceso los productos de biocontrol frente a las herramientas convencionales.

“Reclamamos que esa vía rápida para la aprobación de soluciones se aplique a todas las herramientas de sanidad vegetal”, señaló.

■ INDUSTRIA Y PRODUCTORES RECLAMAN MAYOR EQUILIBRIO REGULATORIO

Las asociaciones del sector coincidieron en valorar positivamente la intención de simplificar la normativa, aunque consideran que la propuesta aún deja demasiadas incógnitas.

Carlos Palomar, director general de la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (AEPLA), calificó el reglamento como “una propuesta bien intencionada pero todavía insuficiente”, al no definir con claridad cómo se aplicará esa simplificación administrativa ni cómo se equilibrará el papel de las distintas herramientas fitosanitarias.

Por su parte, Camino García Martínez de Morentín, directora general de la Asociación

Española de Fabricantes de Agronutrientes (AEFA), destacó como avance la definición jurídica de los bioestimulantes, que aportará mayor seguridad regulatoria a estas soluciones.

Los productores, sin embargo, mostraron una postura más crítica. Juan Luis Ávila, secretario general de COAG Andalucía, insistió en que la política agrícola europea debe garantizar igualdad de condiciones con los productos importados.

“No queremos normas de producción más laxas. Queremos producir con los máximos estándares de calidad, pero lo que venga de fuera debe cumplir las mismas normas”, subrayó.

■ INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y NUEVAS HERRAMIENTAS

Más allá del debate normativo, el Symposium también abordó los avances científicos y tecnológicos que están transformando la sanidad vegetal.

Las sesiones técnicas analizaron los principales retos fitosanitarios en cultivos estratégicos como olivar, hortalizas, arroz y frutales, así como la evolución de plagas emergentes en la Unión Europea.

La innovación tuvo un papel destacado, con presentaciones sobre biocontrol, sustancias naturales, consorcios microbianos y nuevas técnicas genómicas aplicadas a la mejora vegetal.

Asimismo, se abordaron nuevas herramientas biotecnológicas y soluciones basadas en inteligencia artificial, robótica y digitalización, que están contribuyendo a mejorar la gestión integrada de plagas y la toma de decisiones en campo.

■ UN FORO DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

El Symposium volvió a poner en valor su papel como espacio de transferencia de conocimiento entre investigación, empresas y técnicos agrícolas.

En total se celebraron más de 60 ponencias y conferencias magistrales, junto con presentaciones comerciales en las que empresas del sector mostraron sus últimas soluciones en sanidad vegetal, biotecnología y digitalización agrícola.

Entre las compañías participantes figuraron Bayer, BASF, FMC, Corteva, UPL, Suterra, Probelte o Kenogard, entre otras.

■ CARTA ABIERTA A BRUSELAS

Uno de los objetivos de esta edición ha sido elaborar una carta abierta a la Comisión Europea en la que se recogen las principales demandas del sector en relación con el marco regulatorio comunitario.

Entre ellas destacan la necesidad de contar con normativas más claras y previsibles, mayores recursos para aplicar las exigencias regulatorias y un control efectivo y armonizado en las fronteras comunitarias.

“La sanidad vegetal es prioritaria para alcanzar la soberanía alimentaria, pero necesita un marco regulatorio claro y coherente”, resumió Carlos León Garrido al cierre del encuentro.

Tras tres días de debate técnico y político, el 18º Symposium de Sanidad Vegetal volvió a consolidarse como uno de los principales foros del sector en España, en un momento en el que la protección de los cultivos se perfila como una pieza clave para garantizar la producción de alimentos en Europa.



BASF refuerza su estrategia en sanidad vegetal

BASF fue una de las empresas participantes en el 18º Symposium de Sanidad Vegetal, donde presentó diversas innovaciones orientadas a reforzar la protección de los cultivos dentro de estrategias de gestión integrada de plagas (GIP). La compañía puso el foco en BioSolutions by BASF, un portafolio de soluciones biológicas diseñado para complementar la protección convencional.

En paralelo, destacó el papel de xarvio® Digital Farming Solutions, una plataforma digital que integra datos agronómicos y meteorológicos para mejorar la toma de decisiones en campo.

Entre las novedades presentadas figura también una nueva solución dentro de la familia Enervin®, orientada al control del mildiu en hortalizas y viña, así como Axalion® Active, una nueva molécula insecticida dirigida al control de plagas chupadoras y perforadoras.

Con estas propuestas, BASF subrayó su apuesta por combinar biología, química y digitalización como pilares para afrontar los retos actuales de la sanidad vegetal. ■

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 23 de febrero al 1 de marzo de 2026, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	1,05
Otras Variedades.....	1,25
Almendra.....	7,87
Cereza Otras Variedades.....	11,50
Ciruela Otras Familia Black.....	3,08
Angeleno.....	4,20
Otras Variedades.....	2,75
Red Beauty.....	3,00
Coco Otras Variedades.....	1,40
En Seco.....	1,00
Dátil Medjoul.....	8,25
Deglet Nour.....	3,3
Frambuesa Otras Variedades.....	3,50
Fresa.....	4,50
Fresón Candonga.....	6,50
Camarosa.....	4,26
Otras Variedades.....	7,26
Pájaro.....	6,00
Venana.....	2,60
Frutas IV Gama.....	1,40
Guayaba Otras Variedades.....	3,95
Higo Seco.....	2,70
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,68
Kiwi Pulpa Verde.....	1,90
Kiwigold.....	5,00
Otras Variedades.....	2,65
Kumquat.....	2,70
Lima Mejicana.....	1,65
Otras Variedades.....	0,57
Limón Fino o Primaflori.....	0,53
Verna.....	0,80
Mandarina Clemenule.....	0,54
Hernandina.....	1,80
Ortanique.....	0,57
Otras Variedades.....	1,49
Fortuna.....	0,82
Clemenvilla o Nova.....	1,40
Oroval.....	1,45
Mango Otras Variedades.....	1,85
Tommy Atkins.....	9,00
Manzana Golden.....	1,05
Fuji.....	1,55
Royal Gala.....	1,35
Pink Lady.....	2,00
Granny Smith.....	1,49
Reineta.....	1,56
Starking o Similares.....	0,56
Maracuyá.....	6,76
Melón Piel de Sapo.....	1,50
Otras Variedades.....	2,50
Galia.....	1,68
Membrillo Común.....	0,99
Naranja Otras Variedades.....	0,49
Navelina.....	1,10
Lane Late.....	1,00
Navel Late.....	0,82
Valencia Late.....	0,67
Navel.....	0,71
Nectarina Carne Blanca.....	2,71
Níspero Algerie o Argelino.....	2,90
Otras Variedades.....	3,00
Nuez.....	4,40
Papaya o Papayón.....	2,55
Otras Variedades.....	1,52
Parchita o Fruta de la Pasión.....	6,20
Pera Conferencia.....	1,45
Otras Variedades.....	4,65
Ercolini / Morettini.....	0,84
Agua o Blanquilla.....	1,38
Piña Golden Sweet.....	1,40
Pitahaya Roja.....	4,10
Amarilla.....	4,96
Plátano Americano o Banana.....	1,10
Otras Variedades.....	1,05
De Canarias 1ª.....	1,15
De Canarias 2ª.....	0,59
Macho.....	2,10
Otras Variedades.....	1,50
Extra.....	1,20
Pomelo Amarillo.....	0,80

Otras Variedades.....	0,52
Resto de Frutas.....	2,10
Sandía Otras Variedades.....	2,34
Sin Semilla.....	2,17
Tamarindo.....	3,20
Uva Blanca Otras Variedades.....	1,40
Red Globe.....	1,60
Sin Semilla Blanca.....	4,48
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,80
Hojas Rizadas Lyon.....	0,90
Otras Variedades.....	1,24
Ajo Otras Variedades.....	3,79
Tierno o Ajete.....	3,00
Blanco.....	6,00
Morado.....	6,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,46
Violeta.....	1,00
Apio Verde.....	0,90
Apionabo.....	0,85
Berenjena Morada.....	4,12
Otras Variedades.....	2,32
Boniato o Batata.....	1,54
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,20
Torre o Romanescu.....	1,00
Calabacín Verde.....	1,31
Venana.....	2,20
Otras Variedades.....	0,80
Calabaza De Verano.....	0,70
Otras Variedades.....	0,75
De Invierno.....	0,67
Cardo.....	0,90
Cebolla Tierna.....	3,00
Otras Variedades.....	0,80
Morada.....	0,87
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	1,20
Calçots.....	10,73
Recas y Similares.....	0,70
Grano de Oro.....	0,70
Chirivía.....	1,20
Col de Hojas Lisas.....	0,40
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,70
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,50
Otras Variedades.....	0,65
Coliflor.....	1,20
Endivia.....	1,40
Escarola Otras Variedades.....	0,90
Espárrago Vede o Triguero.....	2,80
Espinaca.....	1,00
Guisante.....	4,23
Haba Verde o Habichuela.....	1,91
Hinojo.....	1,50
Hortalizas IV Gama.....	3,51
Jengibre.....	1,80
Judía Verde Perona.....	10,66
Verde Fina.....	6,38
Lechuga Cogollo.....	1,80
Hoja de Roble.....	2,00
Iceberg.....	1,80
Romana.....	0,85
Otras Variedades.....	4,95
Lollo Rosso.....	2,20
Maíz o Millo.....	1,05
Nabo.....	1,20
Ñame o Yame.....	1,68
Pepino Corto o tipo Español.....	1,25
Largo o Tipo Holandés.....	1,25
Otras Variedades.....	2,49
Perejil.....	0,80
Pimiento Verde Italiano.....	2,70
Otras Variedades.....	1,77
Rojo Lamuyo.....	2,30
Rojo Najerano.....	2,50
Verde Padrón.....	2,32
Amarillo California.....	1,20
Puerro.....	4,00
Rábano y Rabanilla.....	1,15
Remolacha Común o Roja.....	1,10
Resto de Hortalizas.....	0,80
Seta Champiñón.....	2,70
Otras Variedades.....	4,56
Tomate Daniela / Long Life / Royesta.....	1,10
Asurcado Verde Raf.....	1,22
Liso Rojo Rama.....	1,81
Cherry.....	1,15
Otras Variedades.....	0,67
Liso Rojo Pera.....	1,01
Liso Verde Rambo.....	1,20

Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,50
Zanahoria Nantesa.....	0,80
En Rama.....	0,98
Otras Variedades.....	0,70
PATATAS	Euros/kg
Blanca Ágata (Grael).....	0,90
Blanca Ágata (Confecç).....	0,90
Blanca Agria (Grael).....	0,76
Blanca Agria (Confecç).....	0,57
Blanca Caesar (Grael).....	0,55
Blanca Claustar o Primor (Grael).....	2,86
Blanca Monalisa (Grael).....	0,90
Roja Otras Variedades (Grael).....	0,99
Blanca Spunta (Grael).....	0,60
Bonita Colorada (Grael).....	2,30
Blanca Otras Variedades (Grael).....	0,76

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 5 de marzo de 2026, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	2,00
Aguacate.....	4,25
Almendra.....	9,20
Blanco.....	1,20
Avellana.....	7,00
Kaki.....	2,00
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,80
Cerezas.....	10,00
Cocos.....	1,20
Membrillo.....	1,10
Dátiles.....	3,80
Feijoa.....	8,00
Higo.....	4,00
Higos Chumbos.....	2,50
Frambuesa.....	19,00
Grosellas.....	22,00
Kiwis.....	2,25
Lichis.....	4,30
Lima.....	2,20
Limón.....	1,10
Fresa.....	4,00
Fresón.....	4,50
Granada.....	2,50
Mandarina Clementina.....	2,00
Satsuma.....	1,50
Otras.....	2,25
Mangos.....	5,00
Maracuyá.....	6,50
Melón Galia.....	1,35
Amarillo.....	0,80
Piel de Sapo.....	1,60
Otros.....	1,35
Moras.....	18,00
Nashi.....	2,00
Nectarina Blanca.....	1,50
Amarilla.....	1,90
Níspero.....	2,80
Nueces.....	8,00
Olivas.....	1,80
Papayas.....	3,25
Pera Blanquilla.....	1,50
Verano.....	4,50
Invierno.....	1,50
Temprana.....	1,00
Piña.....	1,15
Pitahaya.....	6,00
Plátanos Canario.....	1,50
Importación.....	1,10
Manzana Bicolor.....	1,50
Amarilla.....	1,50
Verde.....	1,50
Roja.....	1,40
Otras.....	1,35
Melocotón Amarillo.....	4,30
Rojo Pulpa Blanca.....	1,20
Rojo Pulpa Amarilla.....	3,00
Ciruela.....	2,60
Uva Blanca.....	2,50
Negra.....	2,80
Rambután.....	18,00
Sandía Con semilla.....	1,50
Sin semilla.....	1,50
Naranja.....	1,50
Chirimoya.....	4,50

Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,50
Redonda.....	1,40
Ajo Seco.....	3,50
Tierno.....	1,00
Apio.....	0,70
Acelgas.....	0,70
Batata.....	1,20
Borraja.....	0,60
Brócoli.....	1,30
Brécol.....	1,15
Calçots.....	0,20
Calabaza.....	0,65
Calabacín.....	1,20
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	0,90
Cebolla Seca.....	0,50
Figueras.....	1,20
Tierna.....	1,10
Pepino.....	1,50
Col Repollo.....	0,80
Bruselas.....	2,00
Lombarda.....	0,60
China.....	0,90
Coliflor.....	1,20
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,80
Larga.....	0,80
Otras.....	0,90
Endivia.....	1,20
Escarola.....	1,00
Espárragos Blancos.....	6,00
Verdes.....	4,00
Espinaca.....	0,90
Haba.....	2,20
Hinojo.....	1,05
Perejil.....	0,60
Judía Bobi.....	6,50
Perona.....	8,00
Fina.....	4,50
Otras.....	2,25
Nabo.....	1,30
Zanahoria.....	0,75
Patata Blanca.....	0,40
Temprana.....	0,55
Roja.....	0,40
Pimiento Lamuyo.....	2,50
Verde.....	2,00
Rojo.....	1,80
Guisante.....	4,50
Puerro.....	0,90
Rábano.....	0,60
Remolacha.....	1,10
Tomate Maduro.....	1,80
Verde.....	1,40
Chirivía.....	1,30
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,70
Rovellón-Níscalo.....	15,00
Champiñón.....	2,50
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,50
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	S/C
Fresones.....	4,00-4,20
Limones.....	1,40
Manzana Golden.....	1,10
Roja.....	S/C
Naranaja Navel.....	1,00
Pera Blanquilla.....	1,70
Passacrassana.....	S/C
Piñas.....	1,40
Plátanos.....	1,60
Pomelos.....	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	2,00-1,90

Lechuga.....	0,54
Cebolla.....	0,56
Coliflor.....	0,70-0,75
Judías Verdes Perona.....	8,00
Patatas Calidad.....	0,36
Pimientos Verdes.....	S/C
Tomate Maduro.....	1,20
Tomate Verde.....	2,20-2,70
Zanahorias.....	0,75

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 2 al 6 de marzo de 2026, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	6,95
Aguacate Hass.....	5,44
Fuerte.....	5,44
Otras Variedades.....	3,45
Ciruela Otras Familia Black.....	3,25
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	10,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	3,70
Guayaba Otras Variedades.....	4,45
Higo Chumbo.....	4,45
Kaki Otras Variedades.....	3,20
Kivi Kiwigold.....	5,45
Pulpa Verde.....	4,45
Limón Fino o Primaflori.....	1,72
Otras Variedades.....	1,72
Verna.....	1,73
Mandarina Clemenlate.....	1,75
Ortanique.....	1,75
Clemenvilla o Nova.....	1,75
Clemenule.....	1,75
Manzanas Fuji.....	2,05
Golden.....	1,99
Royal Gala.....	1,90
Granny Smith.....	1,78
Otras Variedades.....	2,05
Starking o Similares.....	1,88
Melón Piel de Sapo.....	4,45
Otras Variedades.....	S/C
Membrillo Común.....	S/C
Naranja Valencia Late.....	1,60
Lane Late.....	1,60
Navel.....	1,60
Navelina.....	1,60
Otras Variedades.....	1,60
Navel Late.....	1,60
Nectarina Carne Blanca.....	S/C
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,79
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,75
Pera Conferencia.....	2,05
Ercolini / Morettini.....	2,70
Otras Variedades.....	2,85
Agua o Blanquilla.....	2,05
Piña Golden Sweet.....	9,85
Plátanos Canarias Primera.....	1,15
Canarias Segunda.....	1,00
Extra.....	1,55
Pomelo Rojo.....	1,34
Amarillo.....	1,35
Sandía Sin Semilla.....	4,45
Con Semilla.....	4,45
Uva Blanca Otras Variedades.....	4,45
Negra Otras Variedades.....	S/C
Red Globe.....	3,95
Frutas IV Gama.....	7,25
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.....	1,17
Berros.....	2,45
Boniato o Batata.....	1,95
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	2,93
Calabacín Blanco.....	2,84
Verde.....	1,95
Calabaza De Verano.....	1,07

MERCADOS NACIONALES

De Invierno	1,10
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,13
Morada	1,15
Tierna	0,95
Recas	1,15
Col China o Pekinensis	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	1,01
Repollo Hojas Rizadas	0,98
De Bruselas	/S/C
Coliflor	2,36
Endivia	2,25
Escarola Rizada o Frisée	2,82
Espárrago Verde o Triguero	2,40
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Haba Verde o Habichuela	6,95
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	4,16
Verde Otras Variedades	7,35
Verde Elda	/S/C
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	1,06
Maíz o Millo	0,95
Nabo	0,55
Pepino Largo o Tipo Holandés	1,52
Tipo Español	1,60
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	2,55
Roja Lamuyo	2,56
Verde Italiano	2,55
Verde Padrón	7,13
Otras Variedades	2,25
Puerro	1,60
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	3,95
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,68
Liso Rojo Canario	1,75
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,54
Jengibre	4,35
Ñame	5,05
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades	1,55
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,55
Blanca Spunta	1,93

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas	/S/C
Clementina	/S/C
Fresones	3,97
Limones	1,50
Mandarinas	/S/C
Manzana Golden	1,76
Roja	/S/C
Naranjaja Navel	0,95
Pera Blanquilla	2,10
Passacrassana	/S/C
Plátanos	1,33
Pomelos	1,40
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	2,50
Lechuga	0,76
Cebolla	0,56
Coliflor	0,62
Judías Verdes Perona	4,55
Patatas Calidad	0,35
Comunes	/S/C
Pimientos Verdes	/S/C
Tomate Maduro	/S/C
Tomate Verde	1,27
Zanahorias	0,78

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 2 de marzo de 2026, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS Euros/kg	
Aguate fuerte	3,50
Hass	2,70
Otras Variedades	2,20
Castaña	3,50
Cereza Otras Variedades	8,00
Chirimoya Otras Variedades	6,50
Ciruella Otras Familia Black	2,50
Golden Japan y Songold	3,00

Coco en Seco	0,95
Datil Deglet Nour	3,50
Medjooul	8,00
Otras Variedades	3,30
Fisalis Otras Variedades	6,00
Fresón Otras Variedades	3,80
Granada Mollar	4,50
Grosella Roja	/S/C
Guayaba o Cas	4,75
Otras Variedades	3,80
Higo Chumbo	4,50
Seco	2,10
Kaki Rojo Brillante o Persimón	3,00
Kiwi Pulpa Verde	3,50
Otras Dulce	7,50
Otras Variedades	3,50
Lima Mejicana	3,50
Otras Variedades	2,40
Limón Fino o Primafiori	0,60
Verna	0,70
Mandarina Hernandina	1,00
Clemenvilla o Nova	1,00
Otras Variedades	1,80
Mango Haden	2,80
Tommy Atkins	3,00
Otras Variedades	2,60
Manzana Golden	1,15
Starking o Similares	1,30
Granny Smith	1,60
Royal Gala	1,40
Fuji	1,40
Pink Lady	1,90
Verde Doncella	2,80
Melocotón Otras Variedades	3,25
Melón Piel de Sapo	1,30
Galia	/S/C
Membrillo Común	0,80
Naranja Navel Late	0,80
Lane Late	0,80
Otras Variedades	0,85
Nectarina Otras Variedades	3,00
Nuez Nacional	3,75
Papaya Otras Variedades	2,50
Pera Ercolini / Morettini	3,50
Conferencia	1,75
Agua o Blanquilla	2,00
Limonera	1,80
Piña Africana	1,10
Golden Sweet	1,30
Pitaya Amarilla	6,00
Plátano de Canarias Extra	1,40
De Canarias 1	1,20
De Canarias 2	1,10
Otras Variedades	0,90
Americano o Banana	1,10
Macho	2,50
Pomelo Rojo	1,10
Otras Variedades	0,80
Rambután	2,00
Uva Sin Semilla Negra	4,50
Sin Semilla Blanca	5,00
Tamarindo	4,50
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Lisas Verde	0,80
Ajo Blanco	3,80
Tierno o Ajete	4,50
Morado	3,80
Otras Variedades	3,00
Alcachofa Blanca de Tudela	0,80
Otras Variedades	0,65
Apio Verde	0,80
Amarillento	0,85
Berenjena Morada	1,80
Otras Variedades	1,80
Boniato o Batata	1,30
Brocolo o Brocoli o Brecol	2,00
Calabacín Verde	1,30
Blanco	1,40
Calabaza de Verano	3,00
De Invierno	3,50
Otras Variedades	1,00
Cardo	1,30
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,80
Babosa	0,40
Morada	0,85
Recas y Similares	1,50
Blanca Dulce de Ebro	1,50
Francesa o Echalote	1,50
Otras Variedades	0,45
Tierna	0,70
Chirivia	1,80
Col Repollo de Hojas Rizadas	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	0,80
De Bruselas	/S/C
De Hojas Lisas	/S/C
Coliflor	1,40
Endivia	2,80
Escarola Rizada o Frisée	1,20
Lisa	1,30
Espárrago Verde o Triguero	3,40
Espinaca	1,20

Guindilla Verde	3,80
Roja	4,00
Guisante	4,50
Haba Verde o Habichuela	1,80
Judía Verde Fina	9,00
Verde Bobby	6,00
Verde Perona	6,00
Laurel	0,90
Lechuga Romana	0,55
Iceberg	0,75
Cogollo	1,20
Hoja de Roble	1,10
Lollo Rosso	1,10
Otras Variedades	0,25
Maíz o Millo	1,50
Nabo	1,80
Pepino Corto o Tipo Español	2,10
Perejil	1,20
Pimiento Verde Italiano	2,50
Roja Lamuyo	2,80
Amarillo Tipo California	1,50
Verde Cristal	1,80
Roja California	2,30
Verde Padrón	6,00
Noras Secas	20,00
Puerro	0,85
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,75
Seta Champiñón	2,30
Girgola o Chopo	3,75
Shii-Take	4,50
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life / Royesta	0,80
Liso Rojo Rama	1,60
Liso Rojo Pera	1,20
Cherry	2,50
Liso Verde Rambo	1,00
Liso Rojo Tipo Canario	0,90
Asurcado Verde Raf.	4,00
Liso Verde Mazarrón	1,15
Kumato	2,00
Otras Variedades	1,80
Muchamiel	2,00
Zanahoria en Rama	1,30
Nantesa	0,90
Jengibre	3,50
Ñame o Yame	1,70
Ocra o Quimbombó	3,80
Tamarillo Otras Variedades	4,60
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,00
Hortalizas IV Gama	4,00
PATATAS Euros/kg	
Blanca Liseta Granel	0,60
Blanca Liseta Confecc	0,60
Nuevas	0,85
Blanca Spunta Confecc	0,65
Blanca Agria Granel	0,65
Blanca Agria Confecc	0,50
Roja Otras Variedades Granel	0,60
Roja Otras Variedades Confecc	0,55
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 26 de febrero de 2026. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidord, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.	
ALMENDRAS Euros/Kg	
Marcona	6,05
Largueta	5,50
Comuna	5,01
Ferragnes	5,28
Garrigues	5,32
Guara	5,11
Ramillete	5,28
Comuna Ecológica	6,55

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 2 al 8 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por Mercasevilla.

FRUTAS Y HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hoja Rizada	0,92
Achicoria	6,50
Aguate Fuerte	3,86
Hass	4,16
Otras Variedades	3,90
Ajo Morado	3,82
O.V.	5,90
Tierno o Ajete	11,04
Alcachofa Blanca de Tudela	1,52
Almendra	4,40
Apio Verde	1,10
Apionabo	1,70
Berenjena Morada	1,63
O. V.	1,80
Boniato o Batata	1,28
Bróculi o Brécol	1,94
Torre o Romanescu	1,48

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el periodo comprendido del 23 de febrero al 2 de marzo de 2025. Precios origen. Semana 09/2026.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Durante la semana se han realizado compras en campo de Mandarinas híbridas (Nadorcott, Orri y Ortanique), Naranjas Navel (Navel Lane Late y Navel Powell), Naranjas Blancas (Valencia late y Valencia Midnight) y Limones (Limón fino). La campaña de compras de Salustiana ha finalizado y la de Nadorcott prácticamente también. Por otro lado, se han iniciado las primeras operaciones de Valencia late y Valencia Midnight. Así, finalizadas las transacciones de la Salustiana, se han iniciado las compras de las Valencias a precios claramente superiores a la media del grupo de las blancas de las últimas 5 campañas. En general, siguen ralentizadas tanto las compras en campo como la recolección, principalmente porque no existe la demanda que cabría esperar a estas alturas de campaña. Esta semana ha sido bastante estable climatológicamente hablando, aunque con temperaturas algo elevadas para esta época. Se siguen constatando los daños producidos por los temporales de viento de semanas pasadas aumentando los porcentajes de fruta caída y/o marcada por el rameado. Así, la horquilla de precios, en general, se ha mantenido estable para la mayoría de las variedades, a excepción de la Navel Powel y la Ortanique de Alicante que han tenido esta semana un descenso en su cotización. En especial, el volumen de compras de la Ortanique ha sido escaso. El mercado mantiene un moderado interés por las compras, especialmente por aquellas partidas que mantiene mejores condiciones. Respecto a la campaña de Limón fino en la Vega baja, el precio en campo sigue estable. Ya se ha vendido aproximadamente el 87% de la producción y recolectado un 73%.

PRECIOS DE CÍTRICOS A LA SALIDA DEL ALMACÉN

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

Cacahuete	2,75
Calabacín Blanco	1,30
Verde	1,16
Calabaza de Verano	2,40
Otras Variedades	0,87
Kaki O. V.	2,20
Roja o Persimon	2,36
Sharoni	1,80
Carambola	11,00
Cardo	1,52
Castaña	4,70
Cebolla Blanca Dulce	1,18
Francesa / Echalote	4,20
Grano de Oro Valenciana	0,56
Morada	1,08
Tierna	1,10
O. V.	1,19
Cereza O. V.	6,50
Chirimoya O. V.	4,30
Ciruella Golden Japan	3,24
O. V.	2,56
Santa Rosa	2,46
Coco O. V.	0,88
Col China o Pekinensis	1,55
De Bruselas	1,93
Lombarda o Repollo Rojo	0,80
Ropollo Hoja Rizada	0,56
Coliflor	1,01
Dátil O. V.	6,75
Endivia	1,25
Roja	2,50
Escarola O. V.	1,95
Espárrago Blanco	11,00
S. C.	9,68
Triguero	7,50
Espinaca	0,98
Fresa	7,50
Fresón	3,50
Frambuesa	17,12
Granada	2,96
Grosella	18,40
Guayaba	8,50
Guisante	5,00
Tirabeque / Bisal	10,05
Haba Verde / Habichuela	2,60
Higo Chumbo	5,25
Breva	11,00
Hinojo	1,91
Jengibre	2,50
Judía Verde Bobby	4,80
Verde Fina	5,00
Verde Helda	4,80
Verde Perona	2,70
Kiwi Kiwigold	5,90
O.V.	3,30
Pulpa Verda	3,39
Laurel	0,85
Lechuga Batavia	1,16
Cogollo	1,17
Hoja de Roble	0,92
Iceberg	0,96
Lollo Rosso	1,00
O. V.	1,70
Romana	0,76
Lima O. V.	1,78
Limón Eureka	1,50
Fino o Primafiori	1,16
O. V.	1,10
Verna	1,30

Mandarina Clemenule	/S/C
O. V.	1,45
Orunules	/S/C
Clemenvilla Ono	1,00
Ortanique	1,20
Mango	5,64
Mangostan	11,00
Manzana Fuji	1,50
Golden	1,80
Granny Smith	1,84
O.V.	2,48
Pink Lady	2,20
Reineta	2,04
Royal Gala	1,64
Starking	1,65
Melocotón Merry Elegant Lady	3,45
Baby Gold Amarillo	5,45
Melón Amarillo	0,85
Galia	1,60
O. V.	1,70
Piel de Sapo	1,42
Mora	17,60
Nabo Similares	1,25
Naranja Lane Late	0,75
Navel Late	0,80
Navelina	0,75
O. V.	1,00
Salustiana	0,64
Valencia Late	0,75
Nectarina O. V.	2,50
Nuez	4,92
Papaya O.V.	3,60
Paraguay Platereta	4,00
O. V.	3,60
Patata Blanca Agria Granel	0,75
Blanca Granel Confecc	0,30
Calidad Monalisa	0,75
Nueva Confecc	0,83
Roja Granel Confecc	0,30
Pepino O. V.	1,89
Pera Agua o Blanquilla	2,00
Conference	1,96
Decana del Comicio	2,30
Ercolini / Moretini	1,90
Limonera	2,00
O. V.	1,40
Passacrassana	2,51
Perejil	0,60
Pfísalis	8,00
Pimiento Amarillo California	2,10
O. V.	3,18
Roja California	1,33
Roja Lamuyo	2,54
Verde Cristal	2,50
Verde Italiano	2,07
Piña	1,78
Pitaya	5,65
Plátano	1,44
Americano o Banana	1,04
Pomelo Amarillo	1,45
O.V.	1,30
Roja	1,42
Puerro	1,12
Rábano y Rabanilla	0,99
Rambután	8,25
Remolacha Común o Rojo	0,88
Resto de Hortalizas	4,42
Sandia con Semilla	2,05
Sin Semilla	2,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 9, del 23 de febrero al 1 de marzo de 2026, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
MANDARINAS E HIBRIDOS		
Orri	1,28-1,52	Castellón
Orri	1,03-1,50	Valencia
Orri	1,20-1,50	L. Valencia
Nadorcott	0,75-0,90	Alicante
Nadorcott	0,80-0,95	Castellón
Nadorcott	0,65-1,00	L. Valencia
Ortanique	0,24	Alicante
Ortanique	0,21-0,30	Castellón
Ortanique	0,20-0,36	Valencia
Ortanique	0,20-0,35	L. Valencia
NAVEL		
Navel Lane Late	0,35-0,38	Alicante
Navel Lane Late	0,27-0,35	Castellón
Navel Lane Late	0,27-0,38	Valencia
Navel Lane Late	0,28-0,36	Castellón
Navel Powell	0,38-0,40	Alicante
Navel Powell	0,30-0,46	Valencia
Navel Powell	0,34-0,48	Castellón
BLANCAS		
Valencia Late	0,35-0,43	Alicante
Valencia Late	0,40-0,45	Castellón
Valencia Late	0,35-0,41	L. Valencia
Midknight	0,42-0,47	Castellón
Midknight	0,40-0,47	Alicante
Salustiana	S/C	Castellón

LIMÓN		
Limón Fino	0,60-0,65	Alicante
POMELO		
Pomelo Rojo	0,25-0,30	Alicante
NARANJA SANGUINA		
Sanguinelli	S/C	Castellón
Sanguinelli	S/C	L. Valencia
FRUTAS		
	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Aguacate		
Hass	2,24-2,32	Alicante
Lamb Hass	2,30-2,40	Castellón
Lamb Hass	2,20-2,60	Valencia
HORTALIZAS		
	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ajo Puerro	0,70	Alicante
Tierno (garba)	1,30	Alicante
Tierno (garba)	1,76-2,20	Valencia
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,20-1,38	Alicante
Consumo Fresco	0,55-0,85	Castellón
Consumo Fresco	0,44-0,79	Valencia
Industria Corazones	0,50-0,74	Alicante
Industria Perolas	0,15-0,21	Alicante
Apio Verde	0,40-0,61	Alicante
Berenjena Rayada	1,29-1,94	Alicante
Boniato Rojo	0,50-0,86	Alicante
Blanco	1,12-1,51	Alicante

Calabacín	0,57-1,38	Alicante
Calabaza		
Redonda	1,28-1,70	Castellón
Redonda	0,88-1,76	Valencia
Tipo Cacahuete	0,32-0,43	Alicante
Tipo Cacahuete	0,53-1,76	Castellón
Cebolla Tierna	0,70-0,88	Valencia
Col		
Lombarda	0,40-0,45	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,22-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,34	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,19	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,38-0,59	Castellón
Brócoli	0,16-0,57	Alicante
Brócoli Industria	0,15-0,20	Alicante
China	0,65-0,70	Castelló
Coliflor		
Blanca	0,23-0,40	Alicante
Blanca	0,38-0,50	Castellón
Blanca	0,60-0,65	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,57	Castellón
Hoja Rizada	0,63-0,70	Valencia
Industrial	0,37-0,41	Castellón
Gruisantes Verdes Grano	2,19-3,01	Alicante
Haba		
Muchamiel	1,04-1,72	Alicante
Muchamiel	1,70	Castellón

Lechuga		
Romana	0,35-0,45	Castellón
Romana	0,22-0,31	Valencia
Maravilla	0,47	Castellón
Trocadero	0,58-1,50	Castellón
Patata		
Blanca	0,31-0,60	Alicante
Blanca	0,85	Castellón
Tomate Acostillado	1,08-1,63	Alicante
Daniela	0,77-1,00	Alicante
Zanahoria	0,27	Alicante
FRUTOS SECOS		
	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,66-4,96	Alicante
Comuna	4,75-5,15	Castellón
Largueta	4,86-5,46	Alicante
Marcona	5,51-6,11	Alicante
Marcona	5,75-6,40	Castellón
Plantea	4,66-5,96	Alicante
INDUSTRIALES		
	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	3,10-3,20	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	4,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	4,40-4,50	Castellón
Garrofa Entera	0,32-0,36	Castellón

Seta Champiñón	2,94
Hongo Boletus Edulis	10,50
Hongo O. V	5,00
Shiitake	7,46
Tomate Cherry	3,52
Liso Rojo Daniela	1,54
Rojo Pera	1,50
Rojo Rama	1,10
Liso Verde Rambo	1,65
O.V	2,74
Uva Blanca O.V	2,45
Negra O. V	2,45
Red Globe Roja	2,82
Sin Semilla Blanca	3,62
Sin Semilla Negra	3,26
Zanahoria O. V	0,66

Mercavalència

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	4,00
Limones	0,90
Manzana Golden	0,80
Starking	0,70
Naranaja Navel	0,70-0,90
Pera Blanquilla	2,00

Piñas	1,20-1,25
Plátanos	1,50
Pomelos	1,40
HORTALIZAS	
	Euros/kg
Alcachofa	0,50
Lechuga	1,00
Cebolla	0,60-0,55
Rojo Rama	0,80-1,00
Coliflor	0,80-1,00
Judías Verdes Perona	8,00
Patatas Calidad	0,50
Primor	0,70
Pimientos Verdes	2,20
Tomate Maduro	0,70
Tomate Verde	1,25-1,80
Zanahorias	0,65-0,70

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 3 de marzo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CITRICOS	Euros/Tm
NARANJA	
Salustiana Calidad 1	S/O
Salustiana Calidad 2	S/O
Lane Late Calidad 1	0,40-0,43
Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 1	0,43-0,45
Mandarina Híbrida Tango	0,75-0,85
Industria Grupo Navel	0,25

Contratos Plurianuales	0,35
------------------------	------

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

Mercado con escasa actividad. Se deja de cotizar la variedad Salustiana por falta de operaciones. Se repite la cotización de la variedad Lane Late y disminuye ligeramente la horquilla de las Navel Powell, Barfield y Chisslet calidad 1. Repetición de la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponde con calibres altos y extras. Repetición también de la cotización de la naranja para industria. Se deja de cotizar los contratos de industria por encima de la horquilla general para grandes volúmenes y contratos plurianuales. La próxima sesión se celebrará el 10 de marzo de 2026.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 24 de febrero de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	243,00
Grupo 2	233,00
Grupo 3	223,00
Grupo 4. A	218,00

Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	210,00
Grupo 4	210,00
Grupo 5	210,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	S/O
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 17 de marzo de 2026.	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 24 de febrero de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	
	Euros/Tm
Floración Tardia Monovarietal	S/C
Soleta	5,45

Belona	5,85
Lauranne	5,35
Guara	5,35
Antoñeta	S/O
Constantí	5,60
Comuna Tradicional	5,15
Ecológica	6,45
Escasas operaciones.	

La próxima sesión de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios de Córdoba se celebrará el 10 de marzo de 2026.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 3 de marzo de 2026. Campaña 2025-2026.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Navel	Sin existencias
Navel Lane Late	0,32
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	0,41
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	0,43

LEGISLACIÓN

GVA anuncia una ayuda de 6.000 euros por hectárea para la replantación de cultivos permanentes afectados por la DANA

El jefe del Ejecutivo valenciano, Juanfran Pérez Llorca, señala que la orden contempla una inversión de 26,7 millones y saldrá en las próximas semanas

El president de la Generalitat, Juanfran Pérez Llorca, ha anunciado una nueva línea de ayudas de 26,7 millones de euros dirigida a los agricultores que han sufrido graves pérdidas a causa de la DANA en la Comunitat Valenciana, con el objetivo de apoyar la recuperación del tejido agrícola y garantizar el futuro de las explotaciones afectadas.

La medida contempla una ayuda directa de 6.000 euros por hectárea para aquellos agricultores que replanten o ya hayan replantado cultivos permanentes, principalmente árboles frutales, cítricos y viñedo, en las zonas gravemente afectadas por el temporal de octubre de

2024. Para poder acceder a la subvención, los beneficiarios deberán replantar una densidad mínima de plantas por hectárea, que se establecerá en función del tipo de cultivo.

El jefe del Consell ha subrayado que esta iniciativa responde al compromiso del Gobierno valenciano con el sector primario porque “nuestros agricultores no pueden afrontar solos las consecuencias de una catástrofe como esta”. “Desde la Generalitat estamos actuando con determinación para que puedan volver a producir, recuperar sus explotaciones y seguir siendo el motor económico de muchas comarcas”, ha añadido. Asimismo, el president ha

recordado que esta ayuda se suma al importante esfuerzo inversor realizado por la Generalitat durante el último año para reconstruir infraestructuras dañadas por la dana.

En este sentido, ha manifestado que “ya están ejecutados todos los caminos rurales con los que nos comprometimos, con una inversión de más de 30 millones de euros, al igual que ya estamos reparando algunos de los encauzamientos a su paso por los cascos urbanos, con una inversión de 29 millones de euros”.

El jefe del Consell ha agregado que “el Consell también ha cumplido con los regantes al destinar cerca de 6 millones

de euros para la reparación de infraestructuras de regadío”.

En esta línea, Pérez Llorca ha enmarcado la medida en un paquete de actuaciones más amplio de apoyo al sector tras la riada, que incluye también ayudas directas a explotaciones ganaderas afectadas, una línea específica de apoyo a explotaciones hortícolas y viveros que han sufrido pérdida de potencial productivo, y actuaciones en sanidad vegetal para evitar la aparición de enfermedades en cítricos mediante el suministro y reparto de fosetil.

En concreto, el Consell está invirtiendo más de 100 millones de euros en actuaciones y ayudas a la agricultura, ganadería,

industria agroalimentaria e infraestructuras hídricas.

Para Juanfran Pérez Llorca, estas inversiones demuestran que la Generalitat “ha estado desde el primer momento al lado de los municipios y de los agricultores”, impulsando una reconstrucción rápida y eficaz del territorio.

“Hemos movilizado recursos como nunca antes para reparar infraestructuras, recuperar caminos rurales y garantizar el agua de riego. Ahora damos un paso más para que los agricultores puedan replantar y volver a mirar al futuro con confianza”, ha agregado.

El president ha insistido en que la recuperación del campo valenciano es una prioridad estratégica para el Consell, tanto por su peso económico como por su papel en la vertebración territorial y la protección del mundo rural.

La Generalitat continuará trabajando con los ayuntamientos y con las organizaciones agrarias para agilizar la recuperación de las explotaciones afectadas y reforzar al sector frente a fenómenos meteorológicos extremos.

MERCADOS NACIONALES

Valencia Late.....	0,38
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós y Basol.....	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules y Orogrande.....	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
Sando.....	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango.....	0,82
Leanri.....	Sin existencias
Nardocott.....	0,82
Ortanique.....	0,27
Orri.....	1,35
<i>Nota: Ritmo pausado en compras y recolección. La próxima publicación del boletín de cotizaciones de la Mesa de Precios de Cítricos será el lunes, 9 de marzo de 2026.</i>	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 26 de febrero de 2025.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
J. Sendra, disp. Valencia.....	500,00
Monsianell, disp. Valencia	500,00
Guadamar, disp. Valencia.....	S/C
Gladio, disp. Valencia	S/C
Provincia, disp, Valencia	270,00
Puntal.....	365,00-370,00
Bomba, disp. Valencia	S/C
Albufera, disp, Valencia	S/C
<i>Precios por tonelada, según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	200,00-210,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	350,00-360,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	480,00-500,00
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	Sin Operaciones
Zona Alicante	S/C
Zona Castellón.....	Sin Operaciones
Zona Tarragona.....	S/C
Zona Murcia	Sin Operaciones
Zona Ibiza.....	Sin Operaciones
Zona Mallorca	Sin Operaciones
<i>Precios por tonelada, a granel, según rendimientos</i>	
Troceada Integral, disp. orig.....	S/C
Troceada sin Harina	
disponible origen	S/C
Troceado Fino, disp. origen.....	S/C
Garrofin, disp. origen	Sin operaciones
PATATAS	Euros/Tm
Agria, origen España,	
disp. Val	460,00
Roja, origen España,	
disp. Val.	350,00
Nueva, org. Salamanca y Valladolid,	
disp. Valencia	220,00
Lavada, origen Francia,	
disp. Valencia	420,00
Francesa Elodie o similares,	
disp. Valencia	300,00
Caesar, origen Francia,	
disp, Valencia,	240,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
.....	450,00-600,00
<i>Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.</i>	

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 23 al 29 de febrero de 2026.

CEREALES

■ **De invierno:** En Almería, los **trigos blandos** en zonas como Chirivel-Vélez Rubio se encuentran con una altura de 5-10 cm. La nascencia ha sido buena, ha llovido, se encuentran completos de plantas. No llevan abono de fondo ni de cobertera. En las **cebadas** predomina la caballar. Se observan fincas con aplicaciones de purín, sin abonados de fondo y cobertera. En la **comarca de La Sierra de Cádiz**, los **trigos** se han visto afectados tras las lluvias. Amarillean y están faltos de abono, ya que no se puede entrar para dar aplicaciones. La altura media en esta zona es de 8-10 cm. En zonas como **Campiña de Cádiz**, se ha podido entrar en más fincas, aplicándose sobre 100-150 kg de urea 46%. No está habiendo aplicaciones fúngicas. En **Córdoba**, el estado fenológico del cereal de invierno está entre BBCH 10-19 (Desarrollo de hojitas) y BBCH 31-37 (Aparece hoja bandera), dependiendo de la época de siembra. Su estado mejora conforme se olean y se aplican abonos nitrogenados de cobertera, especialmente urea al 46% en los **trigos** e incluso en algunos casos también herbicidas, estando pendiente de la evolución de enfermedades fúngicas. En **Granada**, en la **comarca de Huéscar**, los **trigos blandos** se encuentran con una altura de 5 cm, con tres hojas, muy retrasados para las fechas en las que nos encontramos. Falta por sembrar un 40% debido al tren de borrascas pasado. Variedades como **Arthur Nick y Tocayo** son de las empleadas por agricultores de la zona. En **Huelva**, el **cereal** está recuperándose de las intensas y continuadas lluvias de semanas anteriores. Hay parcelas que en enero, han aportado abonado de cobertera (Urea 46%). Las siembras más adelantadas comienzan el encañado y la mayoría está en fase de ahijamiento. En **Jaén**, en la **comarca Norte, zona de Linares-Bailén-Jabalquinto y otros de Sierra Morena, como Guarromán y Baños de la Encina**, se observan **cereales** nacidos en parcelas donde aún no se puede acceder. La cobertera se va a poder aplicar en unos 10 días, con nitrato amónico 27% y dosis de unos 200 kg/ha. En **Málaga**, en la **comarca Norte**, las **cebadas y trigos** presentan un estado fenológico desigual. Predominan las parcelas en estado fenológico de ahijamiento, algo retrasado debido a las lluvias y temperaturas, con entre 10-25 cm de altura. En algunas fincas se ha podido entrar a aplicar cobertera de urea al 46%. En **Sevilla**, el estado fenológico dominante en la mayor parte de las parcelas de los **cereales de invierno**, se encuentra entre el fin de ahijado y el comienzo de encañado. Se pueden encontrar parcelas más atrasadas en desarrollo de hojas y en las más adelantadas, la aparición de la hoja bandera. Se puede observar una reducción significativa de la superficie de estos cultivos en la **Campiña** y un cierto retraso y disparidad en su desarrollo, sobre todo en la parte oriental. En cuanto el terreno lo vaya permitiendo, se entrará a realizar los abonados y tratamientos pendientes.

LEGUMINOSAS

En **Cádiz**, en la **comarca de La Sierra de Cádiz**, las **habas** sembradas están bien de plantas, no ha llegado la floración aunque presentan buena altura, alcanzando los 10-15 cm en algunas parcelas. En la **comarca Campiña de Cádiz, zonas de Villamartin-Arcos de la Frontera**, las **habas** están muy completas, con buena altura, llegando a los 20 cm y comenzando las primeras flores. Los guisantes están retrasados con la aparición de los primeros zarcillos. En aquellas parcelas donde se ha entrado, se han aplicado unos 70 kg/ha de urea 46% a las mezclas forrajeras que aprovecharán el ganado a diente. En **Granada**, en zonas como **La Puebla de Don Fadrique–Huéscar** se están sembrando **garbanzos del tipo Pedrosillano**. Se observan parcelas de **guisantes** en fase de nascencia, rompiendo el terreno. **La variedad Cartouche** es de las empleadas para este cultivo en esta zona. En **Málaga**, en **Antequera** se observan parcelas de **alfalfa** con alguna hierba. Presenta buen crecimiento, con una altura de unos 15-25 cm. En **Sevilla**, se generaliza la floración en las **habas** y los **guisantes**.

TUBÉRCULOS

En **Sevilla**, se observa una gran actividad estos días en la **Vega** con la siembra de la **patata temprana** y de media estación. Con casi dos meses de retraso, por fin se entierran las semillas.

CULTIVOS INDUSTRIALES

La maquinaria agrícola está preparando las parcelas que van quedando en tempero para la siembra del **girasol**.En el cultivo de la **colza**, pueden verse algunas parcelas estirando los tallos e iniciando la floración. Las zonas que se han visto afectadas por las lluvias, presentan marras y se han perdido plantas.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Córdoba**, los **ajos Spring** se encuentra con 7-8 hojitas y una altura de 25-30 cm. Debido a la climatología, se observa una mayor incidencia de Sclerotium cepivorum y problemas de bacterias. Se le está aplicando un primer abonado de cobertera con dosis de 200 kg/ha. Se están sembrando algunas parcelas tardías de **ajos morados**. En **Granada**, se están realizando trabajos preparatorios para la plantación de **lechugas** en zonas como la **comarca de Baza**. Se están dando pases de cultivador y grada, y la próxima semana se procederá al abonado en fondo con ternario complejo tipo triple quince y dosis de 450-550 kg/ha. En la **comarca de Huéscar**, las parcelas se están labrando de cara a la plantación de escarolas en dos semanas. Se aplica abonado con triple quince y dosis de 425-575 kg/ ha. En **Jaén**, las **cebollas tempranas**, en zonas que han sufrido exceso de lluvias se encuentran dañadas. Han pasado mucho tiempo inundadas y es difícil que se recuperen. En **Huelva**, el exceso de humedad en los campos ha perjudicado comercialmente y también, de forma general, a todos los grupos de cultivos. El temporal afectó a cultivos hortícolas como las **alcachofas**, cuyos frutos están afectados y adquiriendo tonalidades oscuras, depreciándose y dejando de ser comerciales. Hay que eliminarlas para que la planta se vaya saneando. En **Málaga**, en la **comarca Norte, zona de Antequera**, los **espárragos** vienen asomando sobre el terreno, llevan cierto retraso, pero la subida de temperaturas acelerará el crecimiento. SE observa, cabeza morada en muchos turiones, buen calibre y una altura entre 5-10 cm. La tierra está limpia y no se ven parcelas en recolección. Los **ajos Spring** se encuentran en crecimiento vegetativo y comenzando la formación del bulbo. Se le ha dado una labor para hacer tierra y limpiar el terreno. En la **zona de Antequera**, las parcelas de **cebollas tempranas** presentan unos 10-20 cm. En **Sevilla**, se observan daños en parcelas de **zanahorias** en la **Vega y el Aljarafe**, debido al encharcamiento y exceso. Se produce el engorde de las partes cosechables en las **cebollas tempranas** y recolección de **cebolletas**. Se recoge el **espárrago verde**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, las plantaciones de **tomate** de la **zona del Bajo Andarác**, el 90% de ciclo largo, están en fase de despunte, con lo que ya no habrá más floración y en 2-3 meses se puede recolectar todo. Los **cherry** se despuntan más tarde, en marzo, como maduran muy rápido se pueden estar vendiendo hasta junio. Continúa el buen desarrollo vegetativo en los invernaderos de **calabacín**, así como la floración y cuajado. En **Cádiz**, los **melones Galia** se encuentran en diferentes estados fenológicos por la plantación escalonada. Con la subida de temperaturas de esta semana el cultivo acelerará el crecimiento. Los invernaderos están preparando el terreno para la plantación de **sandías** a mediados del mes de marzo. En **Huelva**, en las parcelas de **fresa**, se acerca la campaña al 40-45% de la misma. Las zonas principalmente afectadas por los temporales, han sido las de la **Costa**. Se espera que las valoraciones de daños se adecúen a la magnitud de las perdidas habidas en los invernaderos. Una de las reclamaciones propuestas por el sector sería adelantar posibles devoluciones del IVA en las facturaciones y que los plazos se acorten lo máximo posible. Persisten los altos índices en el ataque de Botrytis que están convenientemente siendo tratados. Las **frambuesas** presentan daños de importancia, es el fruto rojo más afectado; especialmente en el **Condado Litoral**. Con el paso de los días los daños se hacen más evidentes tanto en fruto, como en floración o cuaje de flor. Se realizan devoluciones de fruta al llegar con calidad mermada.

FRUTOS SECOS

En **Almería**, en la **comarca de Los Vélez**, las variedades más tempranas de **almendro** se encuentran en floración. Después de la poda se suele aplicar estiércol. En la **comarca de Albox**, predominan las parcelas en floración, aunque quedan gran cantidad de zonas en la que todavía no ha comenzado. En algunas, se ha solapado la floración con el crecimiento de las hojas, con lo que se espera que aumenten los abortos de fruto. En **Cádiz**, en la **comarca de la Sierra**, los **almendros** están comenzando la floración, se observa mucha fuerza y un buen número de flores. En la **Campiña**, las explotaciones ya se encuentran en floración. En **Córdoba**, el estado fenológico del **almendro** se encuentra entre B (Botones hinchándose) las variedades tardías y F (Flor abierta) las de media estación. La floración está siendo abundante y en la actualidad se realizan tratamientos fungicidas preventivos. En **Granada**, en las **comarcas de Baza y Huéscar** se observan parcelas de **pistachos**, con marco de plantación 7x7m, muy paradas, con yema de invierno. Variedades como **Larnaka y Sirora** son de las más empleadas. No se están realizando faenas. En **Jaén**, los **almendros**, en zonas de la **Campiña Sur y Sierra Sur**, se encuentran comenzando la floración. En otras zonas como las **sierras de Cazorla y Segura** se encuentran con las yemas paradas. Está comenzando la brotación en las zonas más adelantadas. Se observan **pistacheros** con las yemas en reposo, sólo vemos un ligero movimiento de las mismas en zonas más cálidas de la provincia. En **Málaga**, en la **comarca Norte y Centro, zona de Antequera-Archidona-Mollina-Fuente de Piedra-Almogía**, se observan **almendros** en plena floración. La hierba en las parcelas es abundante debido a la continuidad de las lluvias y a que no se ha podido entrar todavía. En **Sevilla**, en zonas como **Los Palacios, Dos Hermanas y Las Cabezas**, los **almendros** están en plena floración. Se muestran dispares en su desarrollo debido a la climatología. En variedades como **Lauranne**, con marcos de 7x5m, está comenzando la aplicación de herbicidas. Hay arroyos en la zona que se han desbordado y están creando problemas en las raíces de los árboles afectados.

FRUTALES DE HUESO Y PEPITA

En **Sevilla**, las fincas de **melocotones y nectarinos** de la **comarca de la Vega** se encuentran en plena floración, la cual viene con bastante fuerza este año, y en brotación de hojas. Hay algunas fincas todavía encharcadas que pueden sufrir asfixia radicular en un número determinado de árboles.

FRUTOS SUBTROPICALES

En la **comarca de La Costa granadina, zonas como Almuñécar-Salobreña**, la variedad de **aguacate Hass** sigue en recolección y ha comenzado el **Lamb Hass**. El peso medio está siendo de 100 gramos por pieza. No se riega desde primeros de enero. El viento ha tirado mucha fruta, se estiman en un 30% las pérdidas de kilos. En las fincas de **mango** la fenología se encuentra próxima a floración. En diciembre finalizó la poda, triturando leña. No se está regando desde el año pasado.

CÍTRICOS

En **Córdoba**, el estado fenológico dominante en los **cítricos** es el de envero y maduración en las variedades pendientes de recoger, mientras que las tempranas están en yema hinchada y aparición de botones. En las fincas en las que se puede entrar, se cortan **naranjas Lane Lates, Navelates, Navel Powell, Salustianas**. El exceso de humedad de la fruta exige reforzar el control y vigilancia en almacén con el fin de garantizar la ausencia de patologías fúngicas que puedan deteriorar la calidad comercial de la fruta y generar rechazos en destino. En **Huelva**, las **naranjas Salustianas** están finalizando campaña, la **Nave late y Lane Late** se encuentran en recolección. **Mandarinas Híbridas** están saliendo de las fincas con cotizaciones aceptables. En **Sevilla**, de cara a la nueva campaña, la brotación en los **naranjos de comarcas como Aljarafe y Marismas** viene saliendo. Se observa un buen número de brotes con buena longitud y con fuerza. Comienzan los abonados en las fincas. La campaña de recolección sigue con **Lane lates**, con poca fruta y mejorando la faena ya que el terreno ha ido secando esta semana con la subida de temperaturas.



OLIVAR

En **Cádiz**, la recolección en la zona baja de la sierra, **municipios como Puerto Serrano, Algodonales, Zahara de la Sierra, Prado del Rey** entre otros ha finalizado. Los rendimientos grasos este año han sido más bajos, sobre 15-16%. La producción es muy variable, según zonas, pero en torno a 3.000 kg/ha. La media es aceptable ya que cuando llegaron las lluvias ya se había terminado la recolección en la mayoría de las zonas afectadas. En **Córdoba**, la recolección va muy retrasada, sobre todo en las **Subbéticas**, mientras que en el resto de la provincia se va terminando poco a poco e iniciándose las labores de poda y eliminación de restos. En **Granada**, en las **comarcas de Guadix-Baza** se observan parcelas de picual sin recolectar. Se estima que los temporales han tirado un 40% de la aceituna, que está en el suelo con problemas de hongos y jabalies, principalmente. La poda está comenzando con trituración de leña. Los rendimientos grasos se encuentran en un 23%. En **Huelva**, finalizó la recolección. Los rendimientos en secano son aceptables, alcanzando producciones medias elevadas en variedades como la **Picual**. Las **Verdiales** han dado menos kilos, rondando los 2.000 kg/ha. Se aplica abono foliar con cobre al 70% para tratar el repilo. En **Jaén**, el **olivar**, en las **comarcas de Sierra Morena y Campiña Norte** se encuentra al 10% de finalizar la recolección. Los rendimientos grasos están siendo del 20%. En secanos han predominado producciones de entre 2.000-3.000 kg/ha. En parcelas de riego la producción va a estar sobre 6.000-7.000 kg/ha. En la mayoría de las fincas no se puede entrar a tratar. La fenología se encuentra en yema de invierno, sin movimiento. En la **comarca de La Loma**, quedan algunos días para terminar la campaña. Los rendimientos grasos son mejores que el año pasado. La producción también ha sido buena 9.000-10.000 kg/ha en **zonas como Rus, Ibros y Baeza**, entre otros. La poda ha comenzado en las parcelas ya finalizadas y se suele triturar la leña. En **Málaga**, en la **comarca Norte** quedan algunas parcelas por recoger. **Aceituna** caída y fincas encharcadas se ven en la zona, todavía no se han secado. La fenología se encuentra en yema de invierno, no se está moviendo la savia todavía. Hay fincas ya podadas y triturada la leña. En **Sevilla**, la fenología de los olivos oscila entre yema de invierno, yema comenzando a moverse y comienzo del desarrollo de las inflorescencias. Se prevé una brotación con fuerza que se traducirá en buena floración. El **olivo** se está recuperando tras años de sequía. Previsiblemente la campaña de recolección de la aceituna de almazara se prolongará este año casi un mes más en nuestra provincia para rematar las parcelas que quedaron pendientes de cosechar por las lluvias.

Citrosol patrocina y participa en el IX Curso Tecnología Poscosecha

El Postharvest Adviser de Citrosol intervino en el IX Curso Tecnología Poscosecha – Cítricos y cultivos emergentes en la región mediterránea con una charla muy práctica que tuvo una excelente acogida

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Universitat Politècnica de València (UPV), la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (ETSIAMN) y Poscosecha.com han organizado el IX Curso Tecnología Poscosecha – Cítricos y cultivos emergentes en la región mediterránea, que se está desarrollando entre el 21 de enero al 6 de marzo de 2026 y del que Citrosol ha sido, un año más, patrocinador del curso, mostrando de esta forma su apoyo a la formación especializada y la transferencia de conocimiento al sector.

El curso, que se marcaba como objetivo ofrecer una formación integral y especializada en tecnología de conservación, procesado y envasado de los cultivos más relevantes del área mediterránea, tales como: cítricos, caqui, aguacate, kiwi, granada,



Benito Orihuel durante su intervención sobre postcosecha. / CITROSOL

fruta de hueso, berries, frutos secos y hortalizas, entre otros, contó el 13 de febrero con la participación de Benito Orihuel, Postharvest Adviser en Citrosol.

En esta ocasión, Orihuel habló sobre los “Tratamientos

postcosecha en cítricos: del laboratorio a las centrales hortofrutícolas”. Se trató de una sesión muy práctica que sirvió para que los asistentes pudieran conectar la evidencia científica con la aplicación en la central

hortofrutícola. Durante la charla, Benito Orihuel puso el foco en aspectos tan importantes como el control del podrido y su impacto en pérdidas y reclamaciones, la aplicación correcta del tratamiento, y las resistencias a fungicidas, presentando la innovadora tecnología de Citrosol: el CATsystem con el que se controlan, y corrigen, en tiempo real las disminuciones que ocurren en drenchers, cataratas y balsas, tanto de las concentraciones de fungicidas, como de los desinfectantes que se utilizan en los caldos.

Una sesión desarrollada en el ecuador del esta nueva edición Curso Tecnología Poscosecha – Cítricos y cultivos emergentes en la región mediterránea, respaldada por Citrosol, que finaliza esta misma semana y que ha tenido una gran acogida entre el público académico y profesional.



Energía con Kanzi® / KANZI®

Kanzi® lleva una dosis de energía a la universidad

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Kanzi® llega a algunas universidades de Madrid con una acción especial dedicada a los estudiantes bajo el lema de la energía, el sabor y la diversión.

Del 24 al 27 de marzo, la manzana refrescante traslada todo su sabor y toda la fuerza de su “Power to go” al corazón de la vida universitaria madrileña, transformando algunos de los lugares más frecuentados por los estudiantes en auténticas estaciones de recarga energética.

Será precisamente el “Power to go” el que acompañe la iniciativa para contar, de una manera aún más potente y dinámica, el alma de Kanzi®: una fuente natural de energía, ideal para afrontar los pequeños y grandes retos diarios de un público joven y activo, en busca de sabor y vitalidad.

Una energía que Kanzi® infunde no sólo a los consumidores, sino también a toda la categoría manzana, continuando su apuesta por la evolución e innovación desde hace más de veinte años.

El protagonista de la actividad será un original dispensador con forma de batería: una pila gigante, lista para distribuir 4.000 manzanas Kanzi® y regalar así, una dosis energética repleta de sabor. Para completar la experiencia, un juego similar a una ruleta involucrará a los estudiantes, ofreciendo premios instantáneos firmados por Kanzi®.

Kanzi® quiere estar presente en los momentos en los que se necesita un empujón extra de energía, como en las intensas jornadas universitarias. Y lo hace gracias a su “Power to go”, que expresa todo su carácter: una manzana con un sabor extraordinario, con un perfecto equilibrio entre dulzor y acidez, que ofrece una recarga inmediata y muy natural, ideal para los estudiantes y para cualquiera que quiera afrontar el día a tope de energía.

El “Power to go” sigue también en las redes sociales de la marca, con contenidos exclusivos que irán contando el día a día de esta iniciativa y la energía de Kanzi®.

Vicente Peris desarrolla una solución propia para la apertura de coco en IV gama

La empresa optimiza uno de los procesos más complejos del tratamiento del coco seco en IV gama, mejorando la productividad, la seguridad laboral y el respeto al producto

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Vicente Peris ha desarrollado e implantado en su planta de IV gama una solución industrial propia para la apertura de coco, uno de los procesos más críticos dentro de la transformación de esta fruta para su comercialización pelada y troceada.

La iniciativa nace desde la experiencia directa en planta y responde a un objetivo claro: replantear el proceso de apertura del coco desde una perspectiva integral, combinando eficiencia industrial, seguridad y protección de la materia prima.

La solución se ha diseñado en torno a tres ejes estratégicos: el respeto al producto, la estabilidad del proceso y la ergonomía y seguridad laboral de los operarios de IV gama. Gracias a este sistema, se preserva la pulpa del coco en óptimas condiciones, reduciendo mermas previas al proceso de corte y envasado. Además, se garantiza una apertura homogénea que permite mantener ritmos constantes en producción y se minimiza la manipulación manual, disminuyendo riesgos asociados al esfuerzo



La solución ha sido protegida a nivel industrial y se enmarca en el plan de mejora continua de la compañía. / VICENTE PERIS

“Muchas veces la innovación no consiste en añadir complejidad, sino en diseñar mejor los procesos”

físico y al uso de herramientas tradicionales.

Este nuevo sistema lleva ya un mes integrado dentro de la línea de IV gama.

En este periodo ha contribuido a mejorar el flujo operativo y aportar mayor control en el trabajo con un producto que en los últimos años ha reforzado

su peso dentro del portfolio de Frutifresh, la principal marca con la que Peris trabaja su IV gama. “Muchas veces la innovación no consiste en añadir complejidad, sino en diseñar mejor los procesos, pensando al mismo tiempo en las personas, en el producto y en todo lo que viene después en la cadena, y este desarrollo en nuestra línea de IV gama es un claro ejemplo”, afirma Alberto Montaña, director general de Vicente Peris.

■ PROTECCIÓN INDUSTRIAL

La compañía ha protegido esta solución a nivel industrial como parte de su estrategia de generación de valor tecnológico propio y mejora continua de procesos.

Esta actuación se enmarca en la línea de inversión constante que Vicente Peris viene realizando en su planta de IV gama, donde la modernización de procesos y la eficiencia productiva son palancas clave para mantener estándares elevados de calidad y seguridad alimentaria.

Con más de 80 años de trayectoria en el sector hortofrutícola y 12 años de experiencia en IV gama, Vicente Peris reafirma su posicionamiento como operador transformador que no solo comercializa fruta en I y IV gama, sino que impulsa mejoras reales en los procesos industriales del sector. Esta nueva solución aplicada al coco refuerza la apuesta de la compañía por una IV gama tecnológicamente avanzada, segura y en línea con criterios de eficiencia a largo plazo, lo que le permite anticiparse a las necesidades del mercado, con altos estándares en calidad, trazabilidad y estabilidad productiva.

► ÓSCAR ORZANCO. ALMERÍA.

Tras el éxito de Limonica en botella, desde su lanzamiento en 2024, Koppert da un paso más en innovación y este año ha puesto en el mercado el formato en sobre Limonica Ulti-Mite. Esta nueva solución cuenta con la tecnología más avanzada de liberación lenta de *Amblydromalus limonicus* (comercializado por la compañía con el nombre Limonica), un ácaro depredador muy eficaz para el control biológico de *Thrips parvispinus* y mosca blanca.

Tras más de dos años de investigación y ensayos Koppert presentó la semana pasada en Almería, ante un grupo de perodistas especializados, la última tecnología que ha puesto a disposición de los productores. Limonica Ulti-Mite es una innovación patentada por la compañía que combina la tecnología más avanzada de liberación progresiva del ácaro *Amblydromalus limonicus*, un depredador muy eficaz frente a diferentes especies de trips y mosca blanca. El resultado de las investigaciones es una solución exclusiva de control biológico que ofrece fiabilidad, gracias a las especificaciones técnicas del sobre. Limonica Ulti-Mite está fabricado con lámina exterior 100% compostable, y crea un microclima óptimo para la reproducción y liberación de los ácaros, incluso en condiciones difíciles. A diferencia de los sobres de papel, conserva la humedad interna y resiste las inclemencias meteorológicas.

Las condiciones del interior del sobre convierten al formato Ulti-Mite en una biofábrica en miniatura de la que emergen los ácaros depredadores durante un periodo de tiempo de hasta seis semanas. El resultado es una liberación sostenida y fiable de ácaros depredadores, perfectamente sincronizada para adaptarse a la presión de las plagas en el cultivo. Inicialmente, cada sobre de Limonica Ulti-Mite contiene 125 ácaros depredadores y ácaros presa. Gracias a la tecnología Ulti-Mite, la liberación progresiva permite multiplicar hasta por cuatro el contenido inicial de ácaros del sobre, por lo que el formato ofrece mayor duración y rentabilidad. La nueva tecnología de Koppert está ofreciendo buenos resultados en cultivos como el pimiento, el pepino, la berenjena o el calabacín, producciones muy representativas en la provincia de Almería.

Durante la presentación de la solución, Gonçalo Duarte, Product Manager Macro EMEA de Koppert, detalló que “la historia hasta llegar a Limonica Ulti-Mite ha sido larga y con momentos complicados”. La compañía conocía el potencial de *Amblydromalus limonicus* como agente de control biológico desde los años 90. Sin embargo, en el impulso de esta iniciativa hay un momento clave con la entrada de nuevos trips invasores, sobre todo *Parvispinus* y *Scirtothrips*. “Para combatirlos nos dimos cuenta de que hacía falta realmente la fortaleza de *Amblydromalus limonicus*, su gran capacidad de depredación, y aceleramos el proyecto. Esto nos permitió lanzar en 2024 Limonica en botella con 25.000 ácaros depredadores. Teníamos ya un producto que funciona en el campo, pero el reto era tener la solución en un sobre, que es un formato muy cómodo para el agricultor, ya que le permite una suelta sencilla y homogénea en el campo”, señaló Gonçalo Duarte.

El representante de la compañía explicó que “un sobre

Koppert lanza Limonica Ulti-Mite

El formato de sobre está demostrando su eficacia en el control biológico de *Thrips parvispinus* y mosca blanca



Tras dos años de investigaciones y ensayos la compañía ha puesto en el mercado Limonica Ulti-Mite. / KOPPERT

Limonica Ulti-Mite es una innovación patentada por la compañía que combina la tecnología más avanzada de liberación progresiva del ácaro *Amblydromalus limonicus*, un depredador muy eficaz frente a diferentes especies de trips y mosca blanca



Baltasar Pérez en una finca en la que ya se está empleando Limonica Ulti-Mite. / ÓO

El poder de *Amblydromalus limonicus*

El ácaro depredador *Amblydromalus limonicus* ofrece un elevado nivel de eficacia frente a trips y mosca blanca. Limonica supera a otros ácaros en cuanto a tasas de puesta de huevos, movilidad y depredación. Además, se mantiene activo y depredando en un amplio rango de temperaturas, tanto con frío como con calor. Gracias a sus excepcionales condiciones, está especialmente recomendado para el control biológico de trips y mosca blanca en muchos cultivos hortícolas (excepto tomate), ornamentales y frutos rojos. Además, es compatible con otros organismos de control biológico, como *Orius laevigatus*.

Para el control de trips, *Amblydromalus limonicus* depreda huevos y larvas L1 y L2 de

diferentes especies de trips habituales en los cultivos hortícolas de invernadero y en cultivos subtropicales (*Frankliniella occidentalis*, *Thrips parvispinus*, *Scirtothrips dorsalis* o *Thrips tabaci*). También controla eficazmente trips presentes en cultivos ornamentales, como *Echinothrips americanus*, *Dichromothrips corbetti* (trips de la Vanda), *Chaetanaphothrips orchidii* (trips del Anthurium). Para el control de mosca blanca, se alimenta de huevos y larvas, lo que lo hace adecuado para actuar en infestaciones mixtas, tanto de *Trialeurodes vaporarum* como de *Bemisia tabaci*. Cuando no hay trips ni moscas blancas, *Amblydromalus limonicus* puede sobrevivir alimentándose de otros ácaros, huevos de mariposa y polen. ■

comienzos de 2023 y el producto ya estaba listo en 2025, aunque ha llegado al mercado este año. Es decir, en dos años hemos realizado un trabajo que normalmente conlleva entre seis y ocho años”, explicó.

Valter Ceppi especificó que el año pasado, aún teniendo el producto listo, prefirieron ganar confianza en el mercado y emplearon unos 250.000 sobres, repartidos en unas 36 fincas, para intentar testar la enorme variabilidad que se vive en el campo, con diferentes fechas de siembra, distintas ubicaciones y agricultores. “Tenemos que enfrentarnos a esto. Hemos contrastado la solución con diferentes productos y variedades intentado abarcar la mayor variabilidad posible para ver efectivamente que el protocolo sea bueno en cualquier situación con la que nos podamos enfrentar. No obstante, la realidad no siempre es maravillosa y podemos encontrarnos con situaciones imprevistas”, señaló.

Sobre el interés que ha generado Limonica Ulti-Mite en el campo, Baltasar Pérez, coordinador comercial de la delegación de Almería, indicó que “el *feedback* de todos los agricultores que lo han probado es muy bueno. Y no solamente en pimiento, estamos viendo que está generando expectativas en otros cultivos como el pepino. En Koppert confiábamos en que la acogida del formato en sobre iba a ser buena por la facilidad de uso, la multiplicación exponencial que proporciona y la rentabilidad que genera. En años pasados empezamos la campaña con estrategias tradicionales y luego fuimos cambiando a Limonica en botella cuando teníamos una necesidad, una presión de plaga muy alta. Ahora, el sobre nos permite adelantarnos en la suelta y ofrece la posibilidad de liberar *Amblydromalus limonicus* desde el primer momento, lo cual ofrece mucha más seguridad viendo los resultados que estamos teniendo de campo”.

■ PROTOCOLO DE APLICACIÓN

Julián Giner, director técnico de Koppert en Almería, describió cómo han ido evolucionando los tratamientos biológicos en la agricultura almeriense para hacer frente a los trips y las plagas. Además, expuso el protocolo técnico de uso establecido para Limonica Ulti-Mite, especialmente adaptado a las condiciones de cultivo en invernaderos en el sureste de España.

La dosis depende del cultivo, del momento de aplicación y del nivel de presencia de plaga. Para un cultivo de pimiento en invernadero, la dosis estándar recomendada por Koppert es de 80 individuos/m², es decir, un sobre de *Amblydromalus limonicus* cada tres plantas, siempre y cuando la colocación se realice entre la tercera y cuarta semana después del trasplante. En pimiento, la alimentación complementaria es opcional, se puede iniciar tres semanas después de las sueltas de Limonica con la utilización de 10 botes de Nutari por hectárea.

Para un cultivo de pepino, la colocación del sobre debe hacerse cuando la planta tiene una altura de un metro, con una dosis de un sobre cada dos plantas, unos 60 individuos/m². Una semana después, hay que proveer alimentación complementaria con 10 botes de Nutari y 3 botes de Nutemia por hectárea. En el caso de la berenjena y el calabacín, la dosis es de un sobre por planta.

PlantSeal®

PlantSeal®
Shine-Free

PlantSeal®
Tropicals

PlantSeal®
Apples

Recubrimientos vegetales con certificación vegana V-Label

- Recubrimientos vegetales para cítricos, aguacates, mangos, melones, manzanas y otros frutos tropicales.
- Buen control de los manchados por Daño por Frío, durante cuarentenas de frío o transportes frigoríficos prolongados.
- Mitigan la aparición de los síntomas de envejecimiento como el teñido del mamelón de los limones.
- Excelente control de la pérdida de peso, con lo que el operador puede disminuir los sobrepesos.
- Otorgan un brillo natural a la fruta. Se puede lograr un recubrimiento imperceptible con la PlantSeal® Shine-Free.
- PlantSeal® Shine-Free es excelente para fruta desverdizada, permite que el fruto siga cambiando de color.

 **citrosol**
stay fresh with
innovation

www.citrosol.com



*cítricos

BIOCARE 
by CITROSOL



valencia fruits •
dossier



M A R Z O 2 0 2 6

Una campaña de contrastes marcada por la climatología y la tensión en los mercados

Unas previsiones iniciales al alza, correcciones posteriores por la meteorología y un arranque comercial tensionado definieron la campaña de 2025, condicionada por la volatilidad productiva y el calendario europeo



Quando Europa produce menos, España respira mejor. No es garantía de rentabilidad, pero reduce presión competitiva / AOP

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

A las puertas del inicio de la campaña 2026 de fruta de hueso, el sector está a la espera de los primeros datos oficiales que, como es habitual, se conocerán tras la puesta en común de las estimaciones de los principales países productores europeos en el mes de mayo. Con la campaña 2025 cerrada desde el pasado otoño y a falta de las previsiones para el nuevo ejercicio, resulta oportuno revisar qué dejó realmente la temporada pasada. No sólo porque permite tomar perspectiva antes de que arranque un nuevo ciclo productivo, sino también porque la evolución de la pasada campaña dejó algunos indicadores que ayudan a interpretar el momento actual del sector.

En ese contexto, la campaña 2025 en España cerró con un balance de contrastes que conviene analizar con perspectiva: previsiones iniciales elevadas, ajustes posteriores por la climatología y un inicio comercial tensionado por el retraso en la cosecha. El Boletín de Seguimiento de Campaña 2025 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación permitió ordenar un ejercicio en el que volumen, rendimientos y comercio exterior evolucionaron de forma desigual.

Desde el punto de vista estructural, la superficie volvió a reducirse hasta situarse en 125.580 hectáreas, un 15% menos que en 2017. El melocotón fue el cultivo que más superficie perdió (-23%), mientras que la cereza fue el

La previsión inicial no coincidió con la evolución final. Más que una campaña de exceso de oferta, fue un ejercicio de corrección progresiva

El melocotón fue el cultivo que más superficie perdió en los últimos años (-23%), mientras que la cereza fue el único que amplió su implantación (+5% respecto a 2017), con especial protagonismo de Aragón

único que amplió su implantación (+5% respecto a 2017), con especial protagonismo de Aragón. Esta evolución confirma el proceso de ajuste y especialización que ha venido marcando el sector en la última década.

En producción, el ejercicio comenzó con estimaciones que apuntaban a cerca de 1,35 millones de toneladas, un 8% más que en 2024 y un 16% por encima de la media de los cinco años. Sin embargo, las lluvias y tormentas de primavera condicionaron el desarrollo final de la campaña, especialmente en cereza, albaricoque y determinadas zonas productoras de Aragón y Cataluña.

Los datos de rendimientos de la operación ESYRCE ya reflejaban, a mes de mayo, una reducción generalizada respecto al año anterior. El albaricoque retrocedió tras un 2024 especialmente elevado; el melocotonero se situó por debajo de la media quinquenal; y la cereza acusó de forma directa la incidencia de las lluvias

primaverales. En nectarina, aunque no se dispuso inicialmente de previsión oficial de producción, los aforos apuntaron igualmente a descensos de rendimiento.

En el ámbito comunitario, la producción europea de los principales países se situó en 3,62 millones de toneladas, un 10% menos que en 2024. Grecia fue el país más afectado por las heladas, mientras que España también registró pérdidas por tormentas y pedriscos. Francia e Italia mostraron mayor estabilidad. Este contexto europeo contribuyó a sostener los precios en determinados momentos de la campaña.

El comercio exterior evidenció desde abril el retraso en la oferta. Los volúmenes exportados en el primer mes representaron apenas entre el 1% y el 2% del total medio de campaña y fueron significativamente inferiores a los de 2024. Esta menor disponibilidad inicial impulsó los valores unitarios al alza en prácticamente todas las especies, con incrementos

La estructura del sector es hoy más reducida, pero también más especializada

especialmente acusados en cereza, nectarina y albaricoque. En paralelo, las retiradas notificadas hasta mayo se situaron por debajo de la media en la mayoría de productos, reflejando una menor presión en el arranque.

En cuanto a la demanda interna, el consumo en hogares en 2024 alcanzó 379.458 toneladas, la cifra más elevada desde 2017 y un 10,8% superior a la media de los últimos cinco años. A la espera de datos consolidados de 2025, esta evolución apunta una base de demanda más sólida en el arranque del ejercicio, aunque la evolución de precios y la climatología continuaron condicionando el comportamiento del mercado.

En conjunto, la campaña 2025 confirmó la elevada sensibilidad de la fruta de hueso a la climatología y la creciente complejidad en la gestión de los calendarios y los mercados.

La reducción estructural de superficie, la concentración productiva y la volatilidad meteorológica configuraron un escenario en el que el equilibrio entre oferta y precios dependió cada vez más de factores externos. Un ejercicio que, más que por su volumen final, quedó marcado

por la capacidad del sector para adaptarse a un entorno cada vez más incierto.

CLAVES DE LA CAMPAÑA 2025

La campaña 2025 no sólo dejó cifras; dejó mensajes de fondo para el sector.

La primera clave fue el ajuste estructural que no se detiene. La superficie dedicada a fruta de hueso volvió a reducirse, confirmando una tendencia que se arrastra desde hace años. No se trató de un movimiento coyuntural, sino de una reconfiguración productiva basada en el abandono de explotaciones menos rentables, la concentración territorial y la apuesta por cultivos con mejor comportamiento en mercado o mayor diferenciación varietal. La estructura del sector es hoy más reducida, pero también más especializada.

La segunda clave fue la divergencia entre previsiones y realidad: más volumen previsto, pero menor rendimiento efectivo. Las primeras estimaciones apuntaron a un incremento productivo significativo, pero los datos posteriores de rendimientos evidenciaron ajustes relevantes, especialmente tras los episodios de lluvias y tormentas de primavera. La fotografía inicial no coincidió con la evolución final. Más que una campaña de exceso de oferta, fue un ejercicio de corrección progresiva.

Otra de las claves fue el inicio comercial corto y los precios al alza. El retraso en la cosecha limitó la oferta en los primeros compases, generando tensión en el mercado y favoreciendo incrementos de los valores unitarios. El calendario volvió a demostrar su papel estratégico en el equilibrio del sector.

Por último, la menor presión exterior en el contexto europeo también influyó en el desarrollo del ejercicio. Con una producción comunitaria inferior a la del año anterior, el mercado evitó escenarios de saturación en determinados momentos. Cuando Europa produce menos, España respira algo mejor. No es garantía de rentabilidad, pero sí reduce presión competitiva.



El calendario volvió a demostrar su papel estratégico en el equilibrio del sector. / SB



Puedes vender tus frutos de pepita como quieras

Nosotros cuidamos de ellos.

FruitSmart

Tu alternativa en 1-MCP.

DECCO Pyr Pot

Fungicida fumígeno, para darle
vida a tus pomáceas.



DECCO More. Beautiful. Fresh.

info@deccopostharvest.com
deccopostharvest.com/es
+34 961 344 011

JOSÉ RODRÍGUEZ CARRASCAL / Presidente de la sectorial fruta de hueso de Asociafruit

“Sólo trasladando el incremento de costes a los precios de venta podemos garantizar la rentabilidad”

José Rodríguez Carrascal analiza el presente y futuro del sector andaluz tras una campaña marcada el año pasado por lluvias, frío y el granizo. Afortunadamente, la temporada de 2026 presenta mejores previsiones: la acumulación de horas frío ha sido adecuada, la floración avanza bien y, por el momento, se espera una calidad correcta de la fruta. Sin embargo, la subida de costes y la falta de mano de obra condicionan la rentabilidad y obligan a pensar en cómo trasladar estos incrementos al precio de venta.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Para comenzar, ¿qué balance hace el sector de la fruta de hueso de la última campaña y cuáles fueron los aspectos más determinantes en su desarrollo?

José Rodríguez Carrascal. La última campaña de fruta de hueso estuvo marcada por los sucesivos episodios de climatología adversa, con fuertes lluvias, frío, viento y episodios de granizo. Estas condiciones provocaron que la oferta se viera limitada en determinados momentos de la campaña y, además, influyeron en el nivel general de calidad de la producción.

Aunque los precios comerciales se situaron en niveles positivos, el resultado final para los agricultores no alcanzó, en muchos casos, la rentabilidad necesaria para el campo.

VF. ¿Cómo se presenta la actual campaña de fruta de hueso? ¿Qué datos manejan hasta el momento en cuanto a producción y calidad?

JRC. El invierno ha sido satisfactorio en cuanto a la acumulación de horas frío, por lo que la respuesta de la brotación está siendo correcta. Los episodios de lluvias registrados en enero y febrero no han tenido una incidencia relevante, ya que las zonas más precoces se encontraban todavía en el inicio de la floración. Por el momento, las previsiones apuntan a una campaña con una calidad correcta.

VF. El tren de borascas ha afectado a muchos cultivos andaluces. ¿Qué impacto ha tenido en la fruta de hueso?

JRC. Salvo en aquellas fincas que hayan resultado inundadas como consecuencia de las crecidas de los ríos, en el resto de explotaciones no se esperan daños significativos derivados del temporal.

VF. ¿Existen diferencias respecto al año anterior en términos de previsiones de cosecha o calendario productivo?

JRC. Prevemos un calendario productivo similar al del año

2024, cuando la campaña se desarrolló de manera relativamente precoz. En volumen, se espera una cosecha sin mermas respecto al año anterior.

VF. La falta de mano de obra sigue siendo una preocupación recurrente en el sector. ¿Cuál es la situación actual y cómo puede afectar al desarrollo de la campaña?

JRC. Efectivamente, la disponibilidad de mano de obra continúa siendo uno de los principales problemas para todo el sector de fruta de hueso. La falta de personal y la escasa cualificación representan un gran hándicap que limita las posibilidades de crecimiento futuro.

Para esta campaña, mantendremos la esperanza de que la campaña citrícola concluya pronto, lo que podría liberar parte de la mano de obra y ponerla a disposición en mayo, justo cuando se inicie la recolección de la fruta.

VF. ¿Qué evolución están experimentando los costes de producción y cómo condicionan la rentabilidad de las explotaciones?



José Rodríguez Carrascal muestra un escenario positivo para la fruta de hueso. / AF

“La falta de mano de obra representa un gran hándicap que limita las posibilidades de crecimiento futuro”



Se empieza a consolidar una preferencia por frutas con pulpa sanguínea. / ARCHIVO

JRC. Los costes de producción no dejan de subir. Mano de obra, insumos, energía... Esta realidad hace necesaria la repercusión de estos incrementos en el precio de venta y, aunque esta ecuación parece sencilla, no siempre puede materializarse, ya que depende de otros elementos como la acumulación de oferta, las condiciones climáticas en destino o la calidad de la fruta.

Además, la atomización del sector limita la capacidad de negociación de los precios, por lo que no siempre es posible trasladar al mercado la subida necesaria. Esta inestabilidad de los márgenes, unida a la dificultad de encontrar mano de obra, está

provocando un estancamiento en el incremento de la oferta.

VF. ¿Se mantiene el interés de los agricultores por estos cultivos o se observan cambios en las decisiones de plantación?

JRC. La tendencia actual se mantiene en la línea de contención del crecimiento, limitando la realización de nuevas plantaciones.

VF. En cuanto a variedades, ¿hacia dónde están evolucionando las demandas del mercado? y ¿qué tipo de fruta busca el consumidor?

JRC. Se observan movimientos de tendencia hacia frutas planas, como los paraguayos y las platerinas. En el caso de melocotón y nectarina, empieza a consolidarse una preferencia por frutas con pulpa sanguínea.

VF. Desde el punto de vista comercial, ¿cómo están evolucionando los mercados nacionales e internacionales para la fruta de hueso andaluza?

JRC. La posición de la fruta de hueso andaluza se sustenta en el reconocimiento de los clientes, que valoran su alta calidad dentro de su precocidad. Actualmente, debido a los arranques de explotaciones en años anteriores y a la ausencia de nuevas plantaciones, se generan fuertes tensiones en el mercado durante el mes de mayo, cuando la oferta en ocasiones resulta insuficiente para cubrir la demanda.

VF. ¿Cuáles considera que son los principales retos del sector?

JRC. Sin duda, el principal reto del sector sigue siendo resolver la cuestión de la mano de obra. Ante esta situación, será necesario que el sector invierta en nuevas tecnologías que automaticen procesos y reduzcan la dependencia del trabajo manual.

VF. Para finalizar, ¿qué mensaje trasladaría a productores y operadores ante el inicio de esta nueva campaña?

JRC. En estos momentos, el mensaje a productores y operadores es animarles a esforzarse por mantener los estándares de calidad, de manera que sea posible trasladar al mercado la necesaria subida de precios.

grupo la plana

Impresa en **KENTO**

Donde la calidad premium se imprime en híbrido

la plana.com

* gustavoferrada

maestros en tradición



Avd. Nules 92 · 12530 · Burriana · Castellón · España · +34 964 577 130

JOAQUÍN GÓMEZ / Presidente de Apoexpa

“Todo apunta a una cosecha dentro de la normalidad”

La fruta de hueso murciana afronta la campaña 2026 con una superficie estable y un escenario productivo que apunta a la normalidad. Tras un invierno con suficientes horas de frío y lluvias bien repartidas, el sector espera entrar en plena campaña a partir del 20 de abril, manteniendo su tradicional ventana comercial en los mercados europeos. En esta entrevista con **Valencia Fruits**, el presidente de Apoexpa, Joaquín Gómez, analiza las perspectivas de campaña, el posicionamiento de Murcia en los mercados europeos y los principales retos de futuro, con especial atención a la creciente dificultad para encontrar mano de obra en el sector.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. **Valencia Fruits.** Estamos en el arranque de la campaña 2026. ¿Con qué superficie parte Murcia este año en fruta de hueso?

Joaquín Gómez. La superficie se mantiene prácticamente estable, ya que las hectáreas de fruta de hueso no suelen variar de un año a otro. En la Región de Murcia puede haber cambios de parcelas o de variedades, pero no un crecimiento de la superficie total, debido principalmente a limitaciones estructurales como la disponibilidad de agua.

VF. ¿Se han producido cambios relevantes por especies: melocotón, nectarina, albaricoque, paraguay o platerina?

“España es un gran consumidor de fruta de hueso y, de hecho, se ha convertido en uno de los mercados más importantes de Europa para este producto”

“El principal reto sería que la campaña 2026 se comporte de forma similar a la del año pasado”

JG. La renovación varietal es una constante en la Región de Murcia, por lo que los cambios se producen de forma continua. Si se analiza con una perspectiva de cuatro o cinco años, se observa una intensa sustitución de variedades,

cada vez más adaptadas a las condiciones productivas y climáticas. En este sentido, uno de los grandes retos es la falta de horas de frío, lo que impulsa la búsqueda de materiales vegetales que se adapten mejor a estas condiciones.



Hoy la renovación varietal resulta más sencilla porque los árboles entran antes en producción. / OFICINA DE TURISMO DE CIEZA



Desde Apoexpa, su presidente, Joaquín Gómez confirma que la floración y el cuaje en las plantaciones murcianas evolucionan de forma favorable. / ARCHIVO

Al mismo tiempo, se está trabajando mucho en productos como la platerina. Se trata de un cultivo con una agronomía compleja, pero cuando se alcanza una buena calidad tiene una gran aceptación por parte del consumidor. Por ello, buena parte de la investigación de los principales *breeders* u obtentores de fruta de hueso se dirige actualmente hacia este segmento. De hecho, ya existen varios casos de éxito y tanto la superficie cultivada como el consumo de platerina están creciendo de forma significativa.

VF. Tras una campaña 2025 positiva en precios y calidad, ¿ha influido ese buen resultado en las decisiones de plantación o renovación varietal para 2026?

JG. Cuando un producto funciona bien en el mercado y obtiene una buena respuesta en precios y calidad, eso siempre anima a seguir en esa línea, porque confirma que se está trabajando en la dirección correcta.

Además, hoy en día la renovación varietal resulta más sencilla porque los árboles entran antes en producción. Si antes una plantación necesitaba alrededor de tres años para empezar a producir, ahora ese plazo se ha reducido a unos dos años. Esto hace que las parcelas comiencen antes a generar kilos que ayudan a cubrir los costes de producción, lo que favorece que los productores apuesten por renovar variedades de forma constante.

VF. ¿Cómo ha sido el invierno desde el punto de vista agronómico? ¿Se han registrado suficientes horas de frío?

JG. Este invierno se han registrado más horas de frío que, en términos generales, en 2025. Además, en la Región de Murcia las lluvias se han producido en el momento adecuado y de forma moderada, sin episodios de inundaciones ni incidencias destacables.

En conjunto, el agua ha llegado cuando era necesario y las horas de frío se han acumulado en los periodos adecuados. Todo ello se está reflejando ya en el campo, con una floración y un cuaje que, por el momento, evolucionan de forma favorable.

VF. ¿Cuáles son las previsiones que maneja Apoexpa de inicio de campaña en la Región de Murcia?

JG. Las primeras recolecciones comenzarán a principios de abril, aunque todavía de forma poco significativa, con parcelas que presentan volúmenes muy reducidos. A partir del 20 de abril, si las condiciones meteorológicas acompañan, la Región de Murcia entrará ya en plena campaña.

No obstante, la evolución siempre dependerá del tiempo, ya que cualquier episodio de lluvia puede retrasar la recolección y desplazar la fruta prevista para una semana.

VF. A día de hoy, ¿qué previsión manejan en volumen respecto a 2025?

JG. Aún es pronto para avanzar cifras de producción y, al menos durante las próximas dos semanas, sería muy aventurado hablar de volúmenes concretos. No obstante, todo apunta a una cosecha dentro de la normalidad, aunque podría haber algún


Hernandorena

I+D en sistemas de producción

Producimos tu plantón
Elige tu formato




**FIABILIDAD
VARIETAL**

www.hernandorena.com

descenso puntual en determinados productos.

Por el momento no se ha registrado ningún accidente climatológico ni problemas agronómicos que hagan prever un escenario distinto.

VF. Murcia es eminentemente exportadora en fruta de hueso. ¿Qué expectativas tienen para los envíos en 2026?

JG. La dinámica comercial se mantiene similar a la de los últimos años. Desde mediados de abril hasta principios de junio, Murcia está prácticamente sola en el mercado europeo. Existen otras zonas productoras, como el norte de España, pero en muchos casos comercializan fruta que se aprovisiona en la propia Región de Murcia.

Si las condiciones meteorológicas en destino acompañan, como suele decirse en el sector, las perspectivas para los envíos son positivas.

VF. Europa seguirá siendo el destino prioritario, pero ¿qué otros destinos están ganando peso para la fruta de hueso murciana?

JG. En estos momentos, y en el contexto actual del comercio internacional, no hay otros destinos que estén ganando un peso relevante para nuestras exportaciones. Si hablamos de destinos europeos fuera de la Unión Europea, Reino Unido sigue siendo uno de los mercados más importantes para la fruta de hueso murciana.

VF. Con esa clara vocación exterior, ¿qué peso tiene actualmente el mercado nacional en la campaña murciana?

JG. España es un gran consumidor de fruta de hueso y, de hecho, se ha convertido en uno de los mercados más importantes de Europa para este producto. Durante el verano, además, el consumo se ve reforzado por la fuerte afluencia turística.

A los cerca de 50 millones de habitantes se suman millones de visitantes que llegan al país en los meses estivales. En total, en el periodo que coincide con la campaña de fruta de hueso estamos hablando de un mercado potencial de entre 85 y 90 millones de consumidores.

VF. Analizando la competencia y el entorno europeo, ¿qué información manejan sobre el arranque en otros países productores como Francia o Italia?

JG. Por el momento, la información es limitada. El comité mixto de fruta de hueso, donde se comparten las previsiones entre los distintos países productores, todavía no se ha reunido. Tradicionalmente lo hace a finales de abril o principios de mayo, aunque desde Apoexa consideramos que esa fecha es demasiado tardía y que sería más útil celebrarlo a finales de marzo o principios de abril.

Tal como está planteado actualmente, parece que son zonas como Emilia Romagna o el norte de España las que marcan el calendario, cuando en realidad la evolución del mercado depende en gran medida de lo que ocurra en Murcia. Si los precios caen aquí al inicio de campaña, después resulta muy difícil recuperarlos; en cambio, si se mantienen, el resto de regiones también puede incorporarse al mercado en mejores condiciones.

En cuanto a la situación en otros países productores, la información disponible es todavía muy limitada. De hecho, de las pocas referencias que han llegado al sector, algunas apuntan a



Por el momento no se ha registrado ningún accidente climatológico / SB

“La disponibilidad de mano de obra se ha convertido en uno de los principales problemas del sector”

Francia. Allí la campaña podría presentar una evolución incierta, ya que las heladas tardías son relativamente frecuentes y, además, hace unas semanas se registró un episodio de calor muy intenso para pleno invierno, lo que ha adelantado la floración. En cualquier caso, es pronto para extraer conclusiones o hacer previsiones, porque la situación sigue siendo muy provisional.

VF. ¿Cuál es el principal reto para esta campaña: costes, clima, competencia de terceros países, consumo...?

JG. El principal reto sería que la campaña 2026 se comporte de forma similar a la del año pasado. Por el momento, al menos desde el punto de vista climático, la situación en nuestra región está siendo favorable.

En cuanto a los costes, siguen siendo un factor de presión constante. Por ello, el sector está realizando esfuerzos importantes para aumentar la productividad mediante cambios en los marcos de plantación, la incorporación de nuevas técnicas agrícolas y una mejora general de la eficiencia en las explotaciones.

En este contexto, la tecnología tendrá que desempeñar un papel cada vez más relevante. La inteligencia artificial y la robótica todavía están en una fase muy incipiente en nuestro sector, especialmente en el ámbito de la recolección, que concentra alrededor del 90 % de la mano de obra.

De hecho, la disponibilidad de trabajadores se ha convertido en uno de los principales problemas del sector primario, incluso por encima de otras cuestiones históricas como el agua. Además, la evolución demográfica en Europa apunta a una menor incorporación de personas al mercado laboral, lo que dificulta aún más la situación.

En este escenario, el reto pasa por producir al menos lo mismo con menos mano de obra, apoyándose en una mayor tecnificación y en trabajadores cada vez más cualificados, para los que el sector resulte también más atractivo desde el punto de vista profesional y salarial. Ese será el camino a seguir en los próximos años.

La superficie de sandía se dispara un 9% y lidera el giro del campo almeriense

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las primeras estimaciones realizadas entre los semilleros asociados reflejan una previsión de aumento de la superficie cultivada de sandía y melón de cara a la campaña 2026.

En sandía, la superficie total crecerá un 9%, pasando de 8.520 a 9.266 hectáreas. Por zonas, el Levante lidera este incremento con una subida del 10% (hasta 7.029 hectáreas), mientras que el Poniente registrará un crecimiento del 5%, alcanzando las 2.237 hectáreas. En melón, el aumento será más moderado, con un crecimiento del 4% en el Poniente, donde se prevén 2.662 hectáreas.

Este incremento responde, en buena medida, a la situación vivida en los cultivos de otoño/invierno. A pesar de los buenos precios registrados en algunos productos, la elevada incidencia de enfermedades está llevando a muchos productores a apostar por sandía y melón en esta próxima campaña.



■ DIFICULTADES DE CUAJE EN LOS PRIMEROS TRASPLANTES

En cuanto al desarrollo del cultivo, los primeros trasplantes están mostrando algunas dificultades de cuaje debido a las condiciones climáticas y al comportamiento de los polinizadores. Será la próxima semana cuando se puedan aportar datos más precisos sobre esta situación.

Respecto a la sandía al aire libre, aunque todavía es pronto

para cifras definitivas, todo apunta a una superficie similar a la campaña anterior en Almería, en torno a 2.750 hectáreas, y a un ligero descenso en Castilla-La Mancha.

Con más superficie en el campo y las primeras plantaciones ya en marcha, la campaña 2025/2026 comienza a tomar forma. Desde Asaja se recuerda que las próximas semanas serán clave para confirmar si las previsiones se consolidan.

Visionary Engineering

Descubre el nuevo software CherryQS

Clasificación de alta precisión más visual e intuitivo con IA



Inteligencia Artificial



Interfaz más intuitiva



Mayor autonomía para personalizar los análisis



Clara visualización de los defectos



Mayor potencia del sistema



mafroda.com

in

▶

MAF RODA
AGROBOTIC

Según ha explicado María José Rubio-Cabetas, investigadora del departamento de Ciencia Vegetal del CITA y coordinadora del evento, “esta edición se centrará en los desafíos que afrontan los nuevos sistemas de cultivo:

Se centrarán en los desafíos que afrontan los nuevos sistemas de cultivo: adaptación del material vegetal al cambio climático, aplicaciones tecnológicas o rentabilidad de las plantaciones



Las jornadas analizarán los desafíos en la fruticultura. / ARCHIVO

El CHEAM Zaragoza albergará este evento en sus instalaciones del Campus Aula Dei, tras el acuerdo de colaboración firmado con la SECH el año pasado. Además, el centro también colaborará en su difusión y participará en el comité organizador a través de uno de sus expertos.

Las jornadas de relevancia nacional se celebrarán del 16 al 28 de junio

En cuanto al comité científico de las jornadas lo forman investigadores de los más prestigiosos centros de investigación agroalimentaria de España presidido por María José Rubio-Cabetas.

El medio de referencia del sector hortofrutícola

www.valenciafruits.com

valencia
fruits

(Anotar X en la forma elegida)

* Incluye el envío del semanario y del anuario durante un año, a la dirección del suscriptor

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

EMPRESA

DE ACTIVIDAD DNI/NIF

CON DOMICILIO EN CP

CALLE NÚMERO

E-MAIL TELÉFONO

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

BANCO/CAJA IBAN Nº

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

Firma:



► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Despiertas, trabajas, comes, vuelves a casa, haces deporte, cenas y vuelta a empezar. Vivimos rápido, y en una sociedad donde el tiempo vale oro, tener que pensar en cuestiones como “¿qué hago para comer?” “¿qué compro?” o “¿tengo tiempo para cocinar?” se nos hacen un mundo. Pero, ¿y si te ofrecieran alimentos listos para cocinar o listos para consumir, sin perder frescura ni calidad, y además ganases tiempo? No es un *hook* publicitario, pero sí que es una tendencia que ya viene observándose desde hace unos años con la IV y V gama.

La vida *healthy* y el deporte son, cada vez más, una señal de identidad de las nuevas generaciones. De hecho, seis de cada diez personas de 15 años en adelante practicó deporte en el último año 2025 (62,7%), ya sea de forma periódica u ocasional, según la Encuesta de Hábitos Deportivos, el informe elaborado por el Consejo Superior de Deportes (CSD). Esta cifra representa un nuevo máximo histórico en el siglo XXI y supone un incremento de 5,4 puntos porcentuales respecto a 2022. ¿Y que es lo que va siempre de la mano del entrenamiento? La alimentación, por supuesto.

Los millennials y la generación Z quieren comer sano, pero que no les suponga invertir mucho de su tiempo. Buscan la practicidad y la conveniencia. Puede que esta sea una de las razones por las que los jóvenes consumen menos frutas y hortalizas que las generaciones mayores: por no tener que pelarlas y por no tener que pensar en cómo cocinarlas.

La marca Bollo, ya explicaba en su I Barómetro sobre hábitos de Compra y Consumo de Fruta en España que los jóvenes tienden a consumir más fruta a modo de snack gracias a prestaciones como la fruta cortada o los smoothies. En este sentido, muchas empresas hortofrutícolas ya apuestan por la IV y V gama en sus productos para poder hacer frente a esta tendencia.

■ ¿CUÁNDO SE CONSUME?

Según el barómetro de Bollo, los momentos en los que se consume la fruta no han variado en los últimos años. El desayuno sigue siendo un momento clave y representa el 28% del total de ocasiones de consumo de fruta a lo largo del día. Respecto a las comidas y cenas, juntas representan el 50% del consumo total (25,1% en la comida y 26,1% en la cena), donde el consumo de fruta es más habitual a modo de postre compitiendo con los yogures y postres dulces. Aunque cada vez es más común el consumo integrado en ensaladas u otros platos. La media mañana y la media tarde representa un 5,6% del total de ocasiones de consumo de fruta, la cual se consume como un “snack saludable” y destacan la manzana y el plátano, que no requieren pelarse ni manipularse mucho. Es frecuente consumirlas en el trabajo o en casa.

Los horarios partidos de oficina obligan a muchos trabajadores a hacer su comida el día anterior y a los más organizados a hacer el famoso *batch cooking* o “cocina por lotes”, haciendo que el domingo sea destinado a la cocina y almacenaje en tupperes de todas las comidas de la semana para ahorrar tiempo el resto de días. Pero son pocos los que quieren sacrificar parte de su fin

Más tiempo, misma frescura

El formato listo para cocinar y listo para consumir se alinea con las prioridades sociales: tener más tiempo y pensar menos



Los millennials y la generación Z quieren comer sano, pero que no les suponga invertir mucho de su tiempo. / CITFL

Los productos listos para el consumo en el sector de las frutas y hortalizas responden a una demanda creciente de practicidad y conveniencia

Según el CITFL “el consumidor que busca la practicidad evalúa el coste de este formato en relación con el tiempo dedicado a cocinar”

La seguridad alimentaria en la IV gama es crítica para garantizar la inocuidad, ya que estos productos no reciben tratamientos térmicos, lo que aumenta la vulnerabilidad ante patógenos

de semana en cocinar. En este sentido, la IV y V gama hacen su papel a la perfección consiguiendo que esa falta de tiempo se reduzca. Y no sólo eso, también hay que tener en cuenta el beneficio mental que eso supone por no tener que pensar en qué y cómo cocinar. Además, los productos conservan sus características y propiedades nutricionales con una frescura y calidad óptimas.

■ CONSUMO Y COMERCIALIZACIÓN

Respecto a la comercialización de frutas y hortalizas preparadas, en España superó los 125 millones de kilos en 2025, un 10% más que en 2024, consolidando el auge

de la IV gama como solución práctica y saludable. Afhorfresh, que representa más del 95% del sector, destaca que las empresas operan bajo estrictos estándares de calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria, con protocolos que abarcan desde el cultivo certificado hasta el envasado final.

El principal reto en este ámbito sigue siendo el aumento de costes desde 2021, con fuertes incrementos en energía, transporte, envases y mano de obra, que presionan los márgenes en una categoría con vida útil media de siete días.

Además, la elevada exigencia normativa en etiquetado, sanidad y medio ambiente ha llevado al sector español, junto a Francia, Italia y Portugal, a trasladar sus preocupaciones a la Comisión Europea.

Los productos listos para el consumo en el sector de las frutas y hortalizas responden a una demanda creciente de practicidad y conveniencia. Tras una ralentización durante la pandemia, el consumo se ha recuperado, superando los niveles anteriores, explica el informe “Listo para usar: estudio de los criterios de rentabilidad” del Centro Técnico Interprofesional de Frutas y Hortalizas (CTIFL).

Según el CITFL, las frutas cortadas se consumen mucho más en verano que en invierno. “Esto se explica por el entusiasmo de los consumidores por las preparaciones a base de sandías y melones (por ejemplo, ensalada de frutas, cubitos de melón, dados de piña, etc.)”.

Además, parece que ese sentimiento que se tenía anteriormente sobre la comida procesada está desapareciendo progresivamente. La preconcepción sobre que este tipo de formatos no es saludable o es malo para la salud se está perdiendo a medida que las personas están incorporando lo listo para comer en su dieta y está observando cómo la calidad y la frescura se mantienen intactas.

Por ello, la seguridad alimentaria en la IV gama es crítica para garantizar la inocuidad, ya que estos productos no reciben tratamientos térmicos, lo que aumenta la vulnerabilidad ante patógenos. Por ello, es completamente necesaria una estricta cadena de frío y un control de calidad riguroso para prevenir la proliferación bacteriana y aseguran alimentos saludables.

■ PRECIO Y COSTES

La inflación ha aumentado el coste de todos los ámbitos, en el sector de la IV y V gama destacan la compra de materias primas, la compra de embalajes, el gasto del personal, el etiquetado... por todo este proceso de embalaje y procesado, este tipo de productos son más caros que la fruta y hortaliza fresca convencional.

Según el CITFL “cuando la diferencia de precio es demasiado elevada, los clientes prefieren preparar ellos mismos los alimentos para evitar un precio de compra que les parece demasiado alto”. Sin embargo, “el consumidor que busca la practicidad evalúa el coste de este formato en relación con el tiempo dedicado a cocinar”. Si el precio es razonable en relación con el tiempo ganado, puede dejarse convencer para comprarlo por ese valor añadido.

Un valor añadido realmente importante hoy en día: ganar en calidad de vida sin perder frescura ni sabor en lo que comemos.



El consumo de IV y V gama es una tendencia al alza en los últimos años. / ARCHIVO

NUEVOS PRODUCTOS
DIQESÍ SABOR DEL AÑO 2026



SABORES QUE CONOCES, COMO NO TE LOS ESPERAS.



Diquesí

DiqueSí: una respuesta saludable y sabrosa en el lineal del “listo para comer”

Nos adentramos en la esencia de la empresa para conocer sus comienzos, presente y cómo trabaja en el futuro de una oferta de “soluciones prácticas sin perder frescura”

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Si nos adentramos en los inicios de la compañía, nos encontramos con que La Línea Verde fue fundada en 1991 en Manerbio (norte de Italia). Desde entonces se ha convertido en líder europeo en la producción de ensaladas frescas y platos preparados.

De hecho, el Grupo internacional alcanzó una facturación de 390 millones de euros en 2025 (+3% de crecimiento frente a 2024) y emplea a más de 1.600 personas en doce centros de producción en Italia y en el extranjero (España, Francia, Bélgica y Serbia). Cada día, la empresa produce 2 millones de unidades y procesa 250 toneladas de materias primas. La Línea Verde desarrolla más de 70 marcas blancas, que sirven a más de 20 grupos minoristas italianos e internacionales, para un total de más de 70 marcas en 25 países.

Detrás de estas cifras hay una empresa familiar impulsada por el cambio. “La Línea Verde integra sólidos valores familiares en su modelo organizativo, fomentando una auténtica pasión por hacer las cosas bien. Al mismo tiempo, cultiva la ambición de ser un líder con visión de futuro, capaz de inspirar una evolución constante”, aseveran desde la compañía.

La Línea Verde sigue profundamente arraigada a la tierra, al tiempo que adopta un fuerte compromiso con la innovación y una estrategia de crecimiento europea. De hecho, “la visión de la compañía es llevar al mundo alimentos frescos y listos para consumir a través de la innovación, la experiencia y la sostenibilidad”, marcando así los tres pilares básicos sobre los que se desarrolla su actividad.

■ DIQUESÍ

DiqueSí nace dentro del grupo con una misión clara: “acercar al consumidor soluciones frescas, saludables y listas para consumir, sin renunciar al sabor ni a la calidad”. Desde sus primeros pasos, la marca se posiciona como un actor innovador dentro del mercado de vegetales preparados, anticipándose a nuevas necesidades sociales y alimentarias.

La entrada en la IV gama — productos frescos, lavados, cortados y envasados — responde a una transformación profunda en los hábitos de consumo, según explican los responsables de la firma. La falta de tiempo, la búsqueda de conveniencia y el interés creciente por una alimentación equilibrada impulsan un mercado que demanda “soluciones prácticas sin perder frescura. DiqueSí identifica esta oportunidad y se convierte en una de las marcas que mejor interpreta esta transición, ofreciendo ensaladas y vegetales listos para consumir con altos estándares de calidad”.



En DiqueSí explican que la visión de la compañía es llevar al mundo productos frescos y listos para consumir a través de la innovación, la experiencia y la sostenibilidad con un fuerte compromiso por la estrategia de crecimiento europea. / DIQUESÍ

“A través de la innovación, curiosidad, sostenibilidad, diálogo y la calidad, la marca supera los retos para encontrar soluciones cada vez más innovadoras con las que liderar el mercado”

Según detallan desde DiqueSí, “a través de la innovación, curiosidad, sostenibilidad, diálogo y la calidad, la marca supera los retos para encontrar soluciones cada vez más innovadoras con las que liderar el mercado, manteniéndose siempre a la escucha para descubrir nuevas formas de cultivar, producir y distribuir todos sus productos. Actuando siempre de forma transparente, respetando a las personas, los territorios y el medioambiente para garantizar un futuro mejor para todos”. La evolución hacia la V gama supone un paso decisivo

ya que supone incorporar platos cocinados listos para consumir, una decisión que implica una reestructuración interna: nuevas líneas de cocción, procesos térmicos controlados, envasado en atmósfera modificada y un refuerzo de los protocolos de seguridad alimentaria. “Con esta ampliación, DiqueSí cubre una necesidad creciente: comidas completas, sabrosas y equilibradas que se adapten al ritmo de vida actual”, explican.

Para acometer todos estos cambios en el catálogo de la firma y teniendo en cuenta los

pilares en los que se sustenta, es preciso contar con un equipamiento acorde. Así, las instalaciones del grupo destacan por su modernidad y por integrar tecnologías punteras en procesado, conservación y control de calidad. La seguridad alimentaria es un eje central, con sistemas de trazabilidad y auditorías constantes. La capacidad productiva y logística permite abastecer a grandes cadenas de distribución y garantizar frescura en tiempos muy ajustados, un factor clave en el segmento de frescos listos para consumir.

■ CONSUMO

¿Y cuál ha sido la respuesta a esta apuesta? “El mercado ha respondido con fuerza”, señalan. En retail, DiqueSí se ha consolidado como una marca de alta rotación, con un posicionamiento claro en

conveniencia saludable. Para el consumidor, la marca se asocia a frescura, sabor y confianza. La combinación de recetas innovadoras, formatos prácticos y una comunicación centrada en el bienestar ha favorecido su crecimiento sostenido.

La oferta actual incluye ensaladas completas, dentro de la que las ensaladas Street Food han entrado con fuerza; platos frescos como ensaladillas y recetas mediterráneas, veggie burgers y propuestas inspiradas en tendencias internacionales.

Siguiendo con su afán innovador, la marca aplica principios de neurociencia del consumo para optimizar la experiencia: colores, texturas, combinaciones de ingredientes y formatos que facilitan la elección y aumentan la satisfacción.

No hay que olvidar algo esencial: los productos DiqueSí se basan en ingredientes naturales, técnicas de cocción suaves y recetas equilibradas, lo que los hace compatibles con dietas saludables y con las recomendaciones nutricionales actuales.

Porque DiqueSí ofrece al consumidor soluciones listas para consumir que ayudan a ahorrar tiempo, con ingredientes frescos y naturales y recetas siempre variadas y equilibradas. Así, “los productos DiqueSí encajan en estilos de vida saludables, y permiten que los consumidores puedan disfrutar en cualquier momento y lugar”.

Por lo que respecta a los retailers encuentran en DiqueSí productos de alta rotación y atractivo en el lineal que responden directamente a las tendencias de consumo saludable.

DiqueSí ofrece, además, innovación constante en recetas y formatos, trasladando una imagen de modernidad del punto de venta.

■ FUTURO

“DiqueSí continuará ampliando su gama con nuevas propuestas basadas en frescura, sabor y conveniencia”, afirman desde la compañía. La sostenibilidad, la innovación tecnológica y la adaptación a nuevos patrones de consumo serán los pilares de su crecimiento. La marca aspira a seguir liderando la transformación del lineal de frescos, ofreciendo soluciones que conecten con un consumidor cada vez más exigente y consciente que busca una respuesta saludable a sus necesidades de conveniencia.

La compañía apuesta por seguir siendo punta de lanza en la innovación de la categoría, muchas de las innovaciones lanzadas por la marca en los últimos años se están convirtiendo en básicos actuales de la IV gama. Para conseguirlo “se van a dedicar más recursos no sólo a la innovación, sino también a la promoción de DiqueSí para aportar más valor y visibilidad a este trabajo y de esta forma, seguir manteniendo DiqueSí como marca de referencia para clientes y consumidores en las categorías de IV y V gama”.

De hecho, la compañía define el trabajo colaborativo y la cercanía con los clientes como indispensables para alcanzar sus objetivos. “La adaptación a los clientes y trabajar con ellos de la mano es el único camino para poder ofrecer las mejores soluciones a los consumidores y, de este modo, hacer crecer la categoría”. Una filosofía que rige la actividad de la empresa.



Desde DiqueSí afirman que la seguridad alimentaria es un eje central en el sector de la IV y la V gama. / DIQUESÍ

CITROPOST

citrosol

Sistemas Citroicide® FRESH-CUT: gestión de la higiene del agua en IV Gama

Riesgos microbiológicos asociados al agua: el lavado postcosecha de productos IV Gama es un punto crítico de seguridad alimentaria, ya que el agua puede acumular patógenos como *Listeria*, *E. coli* o *Salmonella* y convertirse en un vector de contaminación cruzada si no se gestiona adecuadamente. Recientes estudios publicados por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) en este sentido concluyen que esos riesgos microbiológicos aumentan cuando no se aplica ningún desinfectante al agua de proceso. Para minimizar dicho riesgo el panel científico de EFSA recomienda aplicar una desinfección eficaz del agua con una monitorización en tiempo real de parámetros como concentración del desinfectante, así como estrategias de renovación del agua, todo ello integrado en un **plan de gestión del agua**.

Sistema Citroicide® FRESH-CUT: este Sistema materializa las recomendaciones de la EFSA convirtiendo la lavadora en un “cortafuegos” microbiológico que reduce significativamente el riesgo de contaminación cruzada. El Sistema mide en continuo y a tiempo real, y controla de forma totalmente automática la concentración del desinfectante en el agua de lavado, para mantenerlo siempre dentro de los límites operacionales óptimos. El **Sistema Citroicide® FRESH-CUT** permite una gestión integral de la higiene del agua de lavado de frutas y verduras mínimamente procesadas, registrando además todos los parámetros críticos del proceso de desinfección y garantizando así su completa trazabilidad. La integración del Sistema en la plataforma **CitroFy** permite la monitorización y asistencia remotas, facilitando así la verificación documental de todo el proceso de higiene del agua.

Eficacia, inocuidad y seguridad: el **Sistema Citroicide® FRESH-CUT** reduce la carga microbiológica del agua de lavado en más de 99,9% minimizando la contaminación cruzada.

El **Sistema Citroicide®** es una alternativa eficaz y viable a la desinfección con cloro, ya que con este Sistema se consiguen eficacias similares a las de los desinfectantes clorados (**Figura 1**), pero sin utilizarlos. Desde la óptica de la seguridad y robustez en el proceso de desinfección, el **Sistema Citroicide®** aporta importantes ventajas técnicas respecto a la desinfección con productos clorados:

- No requiere control del pH dentro de los rangos habituales del proceso.
- Permite una eficacia máxima y constante incluso en presencia de aguas de lavado con alta carga orgánica o suciedad.
- No se generan subproductos de la desinfección (DBPs) potencialmente peligrosos ni para las personas ni para el medio ambiente (**Figura 2**).
- Cumple con las normativas UE y USA para su uso en agricultura ecológica.

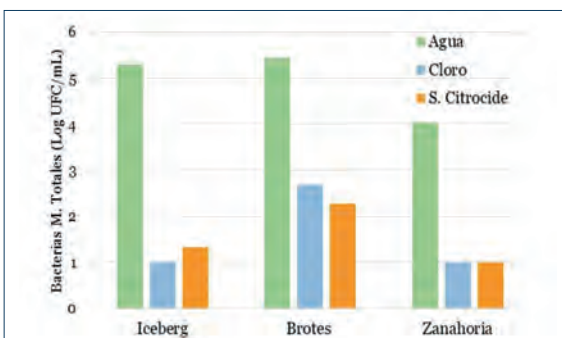


Figura 1. higiene del agua de lavado medida como **Bacterias M. (Mesófilas) Totales** (UFC/mL = unidades formadoras de colonias por ml) en 3 productos IV Gama: lechuga **Iceberg** cortada; **Brotes** tiernos y **Zanahoria** pelada; lavados con **Agua**, **Cloro** (80 ppm Cl_{libre}) o con el **Sistema Citroicide® FRESH-CUT**.

Por todas estas razones, el **Sistema Citroicide® FRESH-CUT** se consolida como una solución integral y robusta para la gestión higiénica del agua de lavado en IV Gama, alineada con las recomendaciones científicas más recientes y diseñado para ofrecer eficiencia, seguridad y trazabilidad total.

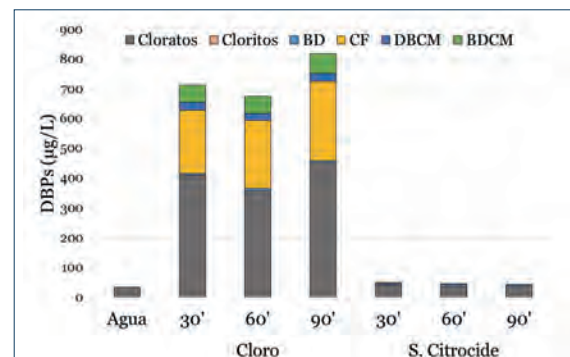


Figura 2. concentración de productos derivados de la desinfección (DBPs) en el agua de lavado de Brotes tiernos después de 30, 60 y 90 minutos de lavado usando **Cloro** como desinfectante (80 ppm Cl_{libre}) o el **Sistema Citroicide® FRESH-CUT**. **Agua** = contenido básico de DBPs en el agua de red. (BD + CF + DBCM + BDCM = Trihalometanos).

Martín Mottura

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.



Passion for packaging

LAS VENTAJAS DE UN VISTAZO

- ★ **Sostenible:** productos fabricados con **Tray To Tray reciclado R-PET®** 100% apto para el contacto con alimentos
- ★ **Optimización de la distribución y la logística** diseñado para las cajas estándar utilizadas en Europa continental y el Reino Unido
- ★ **Perfecta maquinabilidad, resistencia y protección del producto**, gracias al perfil liso con esquinas y fondo de nuevo diseño
- ★ **Gran visibilidad del producto** para una presentación atractiva en el estante
- ★ **Opciones sin almohadilla** gracias al nuevo diseño “airwave”

www.ilip.it

SEGURO

VALOR
AÑADIDO

FRESCO

SOSTENIBLE

MANUEL MENA / Director Comercial de IV gama de Bollo Natural Fruit

“La IV gama es una respuesta natural y necesaria para seguir acercando la fruta al consumidor”

Con un consumidor que apuesta por la alimentación saludable, pero que también busca alternativas prácticas, la IV gama se convierte en una solución idónea por la que las grandes marcas de fruta tradicionales están empezando a apostar. Es el caso de Bollo Natural Fruit, como relata Manuel Mena en esta entrevista en la que explica que “el mercado estaba pidiendo soluciones más cómodas, prácticas y adaptadas al ritmo de vida actual”, algo que les hizo incluir la IV gama en su estrategia y en un catálogo que sigue creciendo con la premisa de “ofrecer fruta de calidad, siempre”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Bollo Natural Fruit ha incluido la IV gama en su catálogo, ¿por qué se toma esa decisión desde la compañía?

Manuel Mena. En Bollo hemos apostado por la IV gama porque el consumidor ha cambiado. Hoy busca comodidad, rapidez y soluciones que se adapten a su ritmo de vida, y la fruta preparada lista para consumir encaja perfectamente con esa tendencia. Además, estamos viendo un descenso del consumo de fruta fresca tradicional y un traslado hacia productos más cómodos. Por eso entendemos que la IV gama es una respuesta natural y necesaria para seguir acercando la fruta al consumidor de una manera práctica, sin renunciar a la frescura y a la calidad que nos caracteriza.

VF. ¿Cómo influyeron los estudios de consumo en esta nueva apuesta?

MM. Tuvieron un papel clave en esta decisión. A través de distintos grupos de discusión con consumidores detectamos que los formatos listos para consumir son cada vez más valorados y que existe un interés creciente por nuevas formas de integrar la fruta en el día a día. También vimos que la fruta se asocia cada vez más a salud y bienestar, pero el consumidor necesita alternativas fáciles que faciliten ese consumo. Toda esta información nos

“El consumidor ha cambiado, hoy busca comodidad, rapidez y soluciones que se adapten a su ritmo de vida, y la fruta preparada lista para consumir encaja perfectamente con esa tendencia”

“El crecimiento del consumo de frutas tropicales abre una puerta a futuras incorporaciones, sobre todo con frutas difíciles de pelar. En Bollo ya estamos testando nuevas referencias”

confirmó que el mercado estaba pidiendo soluciones más cómodas, prácticas y adaptadas al ritmo de vida actual, lo que reforzó nuestra decisión estratégica de apostar por la IV gama.

VF. ¿Con qué frutas están trabajando?

MM. Hoy contamos con una gama que incluye piña, melón, sandía, naranja, granada, y calabaza, todas en formatos listos para consumir. Estos productos se comercializan bajo nuestras marcas Bollo y Bruño, con distintas presentaciones orientadas tanto al consumidor final —monodosis, bandejas, mitades— como a hostelería y colectividades.

VF. ¿Prevén próximas incorporaciones?

MM. Consideramos que el crecimiento del consumo de frutas tropicales nos abre una

puerta natural a futuras incorporaciones, sobre todo con frutas difíciles de pelar. De hecho, nuestro departamento de calidad y desarrollo de producto está testando nuevas referencias que lanzaremos en los próximos meses, como mango o coco.

VF. ¿Han encontrado complementariedad con su oferta de fruta fresca?

MM. Totalmente. La IV gama no sustituye, sino que complementa perfectamente la fruta fresca. Nos permite cubrir momentos de consumo donde la pieza entera no encaja, aporta comodidad y amplía nuestro catálogo sin perder nuestra esencia: ofrecer fruta de calidad.

Además, la integración mejora nuestra eficiencia logística, la trazabilidad y la capacidad de respuesta a un mercado cada vez más dinámico.



Manuel Mena confirma que el crecimiento de esta categoría forma parte de la visión de futuro Bollo Natural Fruit. / BNF

VF. ¿Cómo recibe el consumidor una propuesta premium en fruta preparada?

MM. Muy positivamente. El consumidor valora especialmente la calidad cuando hablamos de fruta preparada, y aquí la marca juega un papel fundamental. Nuestra trayectoria y la

confianza que genera Bollo en el lineal son claves para que el consumidor perciba estos productos como una opción segura, fresca y sabrosa. En los estudios que realizamos, la marca fue un factor decisivo a la hora de elegir fruta lista para consumir, sobre todo entre los más jóvenes.

VF. ¿Cómo evalúan esta tendencia de consumo desde su compañía?

MM. La vemos como una oportunidad muy clara. La fruta está cada vez más asociada a un estilo de vida saludable, pero el consumidor necesita soluciones que le faciliten incorporarla a su día a día. En ese sentido, la IV gama encaja a la perfección.

La compañía apuesta por la calidad y por adaptarse a las necesidades del consumidor.

VF. ¿Podemos esperar que Bollo siga creciendo en esta categoría?

MM. El crecimiento en esta categoría forma parte de nuestra visión de futuro. La IV gama está completamente integrada en nuestra estrategia de expansión. Vamos a seguir desarrollando esta línea porque creemos firmemente en su potencial y porque responde a una demanda creciente del mercado. Nuestro objetivo es consolidarnos también en este segmento, sin perder de vista lo más importante: ofrecer fruta de calidad, siempre.



El objetivo de la compañía es consolidarse en este segmento, sin perder de vista lo más importante: ofrecer fruta de calidad, siempre. / BNF

ROBERTO ZANICHELLI / Director de Desarrollo de Negocio y Marketing de ILIP

“Nuestro objetivo es ofrecer continuidad, fiabilidad y soluciones alineadas con un marco normativo en evolución”

El crecimiento de la IV y V gama y la presión regulatoria sobre los envases están redefiniendo el desarrollo de soluciones de packaging para frutas y hortalizas frescas. En este contexto, ILIP apuesta por combinar rendimiento técnico, eficiencia de materiales y modelos realmente circulares basados en R-PET. Su director de Desarrollo de Negocio y Marketing, Roberto Zanichelli, aborda los retos que plantea este escenario para la industria, desde la conservación del producto y la reducción del desperdicio hasta la adaptación del sector a un marco normativo europeo en plena evolución.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Qué peso tiene actualmente el sector de IV y V gama dentro del negocio de ILIP? ¿Es una línea estratégica de crecimiento para la compañía?

Roberto Zanichelli. Dentro del universo ILIP, la IV y V gama no sólo se integra en el área de *Fresh Produce Packaging*, con soluciones de envasado para alimentos listos para el consumo, sino que, en determinadas aplicaciones, también se solapa con el ámbito del *Food Service Packaging*.

La IV y V gama constituye un segmento estratégico, ya que requiere envases de altas prestaciones —como termosellabilidad, aptitud para atmósfera modificada (MAP) y compatibilidad con líneas automáticas—, así como soluciones de envasado adecuadas para el consumo *on-the-go*. Además, y no menos importante, el envase desempeña un papel determinante en la vida útil del producto y en la reducción del desperdicio alimentario.

Por otro lado, este sector es estratégico porque el *convenience food*, junto con los *snacks* a base de frutas y hortalizas, representa un mercado en crecimiento y de alto valor añadido.

VF. En términos técnicos, ¿cuál es el principal valor añadido que debe aportar hoy un envase en IV y V gama: conservación, seguridad alimentaria, logística o sostenibilidad?

RZ. Hoy en día, un envase para IV y V gama debe cumplir bien varias funciones al mismo tiempo: proteger el producto y mantenerlo fresco durante más tiempo, garantizando al mismo tiempo la seguridad alimentaria y la continuidad de los procesos en las líneas industriales. En la práctica, la prioridad sigue siendo el rendimiento del envase sobre el producto —es decir, la vida útil, la integridad y la fiabilidad en producción—, ya que estos factores influyen directamente en la calidad y en la reducción del desperdicio.

Por ello, el mercado demanda soluciones compatibles con la termoselladura, eficientes en las líneas automáticas —tanto en el desajuste de envases como en el llenado— y adecuadas también para el envasado en atmósfera modificada (MAP).

Sobre esta base, la sostenibilidad se está convirtiendo cada vez más en un requisito estructural: el envase debe diseñarse



Roberto Zanichelli señala que el sector demanda soluciones que combinen prestaciones, ecodiseño y una sostenibilidad “medible”, sin perder competitividad / PRO FOOD

“El envase debe diseñarse para reducir el uso de material y facilitar el reciclaje, pero sin comprometer sus prestaciones”

“La normativa europea sobre envases está, por un lado, acelerando la innovación, al impulsar a las empresas hacia diseños cada vez más sostenibles y circulares, pero por otro, también genera elementos de incertidumbre y complejidad”



En IV y V gama, el envase debe garantizar prestaciones fiables sobre el producto y compatibilidad con los procesos industriales / ILIP

para reducir el uso de material y facilitar el reciclaje, pero sin comprometer sus prestaciones. Además, no hay que olvidar el concepto de *convenience* para el consumidor y su experiencia de consumo, que, junto con la calidad del producto envasado y el cumplimiento de la promesa del productor, resulta fundamental para su fidelización. También en este caso, el papel del envase es clave.

VF. ILIP está muy posicionada en reciclabilidad y R-PET. ¿Qué porcentaje aproximado de vuestras soluciones para *fresh produce* incorporan ya material reciclado?

RZ. Todos nuestros envases fabricados en R-PET —como cestillas, bandejas y alveolos para el envasado de *fresh produce*— incorporan un contenido de PET reciclado postconsumo del 81%. Además, aproximadamente el 10% de este R-PET procede del reciclaje de bandejas dentro de un sistema *closed loop* T2T R-PET®.

VF. ¿Cómo está influyendo la normativa europea sobre envases y residuos en el desarrollo de nuevas soluciones para IV y V gama? ¿Está acelerando la innovación o generando incertidumbre?

RZ. La normativa europea sobre envases está, por un lado, acelerando la innovación, al impulsar a las empresas hacia diseños cada vez más sostenibles y circulares. Esto implica desarrollar materiales con mayor reciclabilidad, buscar alternativas al plástico tradicional —incluidos materiales compostables con menor impacto ambiental— y optimizar las geometrías y los pesos de los envases, sin comprometer su rendimiento en términos de protección y conservación del producto.

En este contexto, ILIP está orientando su desarrollo hacia modelos realmente circulares, como el sistema *tray-to-tray* (T2T) en R-PET, una cadena en la que el material reciclado procedente también de bandejas y envases postconsumo puede reutilizarse para producir nuevas bandejas. Se trata de un enfoque que ya está alineado con los crecientes requisitos en materia de reciclabilidad y contenido reciclado.

Al mismo tiempo, la introducción de nuevas obligaciones normativas también genera elementos de incertidumbre y complejidad. La adaptación requiere inversiones significativas en investigación y desarrollo,

actualizaciones de los procesos productivos y pruebas de conformidad, con importantes implicaciones económicas y organizativas. Sin elementos plenamente definidos y con un horizonte temporal muy reducido para adaptarse, el PPWR está poniendo en dificultades —e incluso en riesgo— a buena parte de la cadena hortofrutícola.

Para afrontar en parte estos retos, ILIP ha optado por anticiparse al cambio, invirtiendo en el control y la integración de la cadena de suministro y en sistemas que garanticen el origen y la trazabilidad del material reciclado.

El objetivo es ofrecer a los clientes continuidad, fiabilidad y soluciones ya alineadas con un marco normativo en evolución.

VF. En el equilibrio coste-sostenibilidad-funcionalidad, ¿qué está pesando más hoy en la decisión de compra de vuestros clientes?

RZ. A partir de nuestra experiencia en el mercado y de la dirección que ILIP está siguiendo en el desarrollo de sus soluciones, diríamos que hoy la elección rara vez se basa en un solo factor. En general, en el caso de la IV y V gama la funcionalidad sigue siendo un requisito previo: el envase debe garantizar prestaciones fiables sobre el producto y compatibilidad con los procesos industriales.

Al mismo tiempo, la sostenibilidad —reciclabilidad, reducción de material, uso de material reciclado cuando es posible y conservación del producto (*shelf life*)— se está convirtiendo cada vez más en una parte integrante de las especificaciones.

El coste, por supuesto, sigue siendo un factor relevante, pero a menudo se evalúa junto con aspectos de eficiencia global, como la continuidad de las líneas de producción, la reducción de mermas y el cumplimiento normativo. En este contexto, observamos una demanda creciente de soluciones que combinen prestaciones, ecodiseño y una sostenibilidad “medible”, sin perder competitividad.

VF. ¿Qué tendencia marcará el packaging para IV y V gama en los próximos tres años: reducción de material, monomateriales, nuevos biopolímeros, rediseño de formatos...?

RZ. Es difícil señalar una única tendencia válida para todos los mercados, pero esperamos que en los próximos años se consoliden algunas líneas de desarrollo. Por un lado, el impulso hacia soluciones diseñadas para el reciclaje, con mayor atención a la monomaterialidad o a la compatibilidad de los materiales, así como a la incorporación de contenido reciclado allí donde sea técnica y normativamente posible.

Por otro, continuará la optimización de los formatos para reducir el uso de material manteniendo las mismas prestaciones en términos de protección, vida útil y procesabilidad.

Paralelamente, en algunas aplicaciones también podrían encontrar espacio soluciones híbridas o rediseños de envases, siempre que estén concebidos para gestionarse correctamente al final de su vida útil. En general, la dirección parece orientarse hacia envases más “eficientes”: menos material, mayor reciclabilidad y mayor coherencia con los requisitos regulatorios.

ALBERTO RAMÍREZ / Director general de Gustavo Ferrada

“Estamos ante un cambio estructural en los hábitos y tendencias de consumo”

El director general de Gustavo Ferrada, Alberto Ramírez, analiza la evolución de la IV y la V gama y su papel en la transformación del sector hortofrutícola. Desde la exigencia en la materia prima hasta la innovación tecnológica, la digitalización y la sostenibilidad, defiende que ya no se trata solo de vender producto fresco, sino de ofrecer soluciones adaptadas a los nuevos hábitos de consumo. “La IV y la V gama no son el futuro: son el presente del sector hortofrutícola”, afirma.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo valora la evolución del mercado de IV y V gama en los últimos años?

Alberto Ramírez. Ha sido un crecimiento muy claro y, sobre todo, constante. La IV y la V gama han pasado de ser un complemento a convertirse en una categoría estratégica dentro del sector hortofrutícola.

El crecimiento no solo ha venido por volumen, sino por sofisticación: mayor calidad, más referencias, segmentación por momentos de consumo y una fuerte apuesta por la innovación. Hablamos de soluciones completas, formatos adaptados a distintos estilos de vida y una categoría que cada año gana más peso en el lineal y en Horeca.

VF. ¿Qué papel cree que están jugando estos productos en la transformación del sector hortofrutícola? ¿Estamos ante una tendencia temporal o un cambio estructural en los hábitos de consumo?

AR. Estamos ante un cambio estructural, sin duda. La IV y V gama responden a una realidad social: menos tiempo para cocinar, hogares más pequeños, búsqueda de conveniencia sin renunciar a lo saludable...

El consumidor quiere comer sano, pero también quiere rapidez y comodidad. Y eso ha obligado al sector a cambiar la mentalidad: ya no se trata solo de producir y vender fruta o verdura fresca, sino de ofrecer soluciones listas para consumir.

Esto está transformando toda la cadena: desde la planificación en campo hasta la forma en la que se envasa y se distribuye el producto. El foco está cada vez más en el consumidor final.

Nosotros no vendemos sólo producto fresco, vendemos soluciones de consumo. Y eso marca un antes y un después.

VF. ¿Qué características debe tener una materia prima destinada a IV gama frente al producto fresco tradicional?

AR. Debe cumplir requisitos mucho más exigentes que la convencional, ya que está pensada para ser consumida tras un mínimo procesado.

Por ejemplo, se requiere homogeneidad en calibre y grado de maduración, alta resistencia fisiológica al corte y al manipulado para evitar deterioros prematuros, y una baja carga microbiológica desde el origen que garantice la seguridad alimentaria. Además, se seleccionan variedades no sólo por su productividad, sino por su buen comportamiento.



Alberto Ramírez explica que con la IV y V gama estamos ante un cambio estructural. / GUSTAVO FERRADA

“La IV y V gama responden a una realidad social: menos tiempo para cocinar y búsqueda de conveniencia”

No todo producto fresco sirve para IV gama. En IV gama, el producto pasa por más manipulación, así que, si la base no es excelente, el resultado final se resiente.

VF. ¿Qué productos son más demandados actualmente para IV y V gama en el catálogo de GFUnion?



En Gustavo Ferrada explican que el reto es encontrar el equilibrio entre sostenibilidad y seguridad alimentaria. / GFUNION

AR. Observamos una fuerte demanda en mezclas de ensaladas premium y brotes tiernos; bandejas de verduras listas para wok en Horeca; bases vegetales para platos preparados; y calabaza, boniato y zanahoria en formatos listos para cocinar.

El crecimiento viene especialmente impulsado por soluciones listas para consumir en retail y por formatos adaptados a Horeca.

VF. ¿Qué avances tecnológicos han sido clave para el crecimiento de la IV y V gama?

AR. Los avances tecnológicos han sido determinantes para el crecimiento de la IV y V gama, ya que han permitido mejorar la seguridad alimentaria y la vida útil de los productos.

Entre los más importantes destacan los sistemas avanzados de lavado y desinfección, que garantizan materias primas más seguras; las cadenas de frío más eficientes y monitorizadas, esenciales para mantener la calidad durante la distribución; los cortes automatizados de alta precisión, que optimizan la presentación y reducen mermas; y los tratamientos térmicos suaves en la V gama, que permiten conservar mejor las propiedades nutricionales y sensoriales.

Sin el desarrollo de estas tecnologías, la expansión del sector habría estado limitada por problemas de conservación y seguridad.

VF. ¿Cómo influyen la mecanización y la digitalización en este tipo de producción?

AR. Muchísimo. La mecanización nos permite ser más eficientes, reducir mermas y mantener uniformidad. Y la digitalización nos da un control total: trazabilidad desde el campo, control de temperaturas, planificación de cultivos según la demanda, gestión de stocks... Hoy la rentabilidad pasa por tener datos y saber utilizarlos.

VF. ¿Cómo encaja la IV y V gama en las estrategias de sostenibilidad del sector?

AR. Encaja mejor de lo que a veces se piensa. Si se gestiona bien, la IV y V gama ayudan a reducir el desperdicio, a aprovechar calibres que quizá no encajan en el fresco tradicional y a ajustar mejor la producción a la demanda real.

VF. ¿Qué papel juega el envase sostenible en este mercado?

AR. Es un tema clave. El envase es imprescindible para proteger el producto, su seguridad y su vida útil, pero el consumidor exige cada vez más responsabilidad ambiental.

En GFUnion estamos trabajando en reducir plástico, usar materiales reciclables, incorporar reciclado postconsumo y mejorar el diseño para optimizar el transporte y la conservación. El reto es encontrar el equilibrio entre sostenibilidad y seguridad alimentaria.

VF. ¿Cuál cree que es el futuro de la IV y la V gama?

AR. El futuro pasa por más valor añadido, con lo cual veremos más productos personalizados, más soluciones completas listas para consumir y más innovación en sabores y formatos. También habrá más automatización y más integración entre productores y transformadores.

La IV y la V gama no son el futuro lejano, son el presente. Y quien no esté apostando por ello probablemente llegará tarde.