

valencia• fruits

17 de marzo de 2026 • Número 3.141 • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962

El pulgón avanza sin freno

Las comunidades afectadas demandan la autorización excepcional de fitosanitarios efectivos para combatir la plaga que amenaza la campaña 2026

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La expansión del pulgón en los cultivos hortícolas del sureste español ha encendido todas las alarmas en el sector. La preocupación y la incertidumbre se han instalado entre los productores mientras la plaga avanza de forma ininterrumpida por explotaciones de Andalucía, la Comunitat Valenciana y la Región de Murcia, afectando inicialmente a la lechuga, brásicas, apio, alcachofa y otras hortalizas. Los productores de frutales y cítricos están en alerta ante la posible extensión a sus cultivos.

Según datos de la Consejería de Agricultura de la Región de Murcia, la incidencia supera ya las 6.000 hectáreas de cultivo, en un escenario marcado por la retirada de varias materias activas y por un invierno lluvioso e inusualmente suave que ha favorecido la proliferación del insecto. Las consecuencias empiezan a notarse en la calidad comercial del producto, un factor crítico en el mercado en fresco, donde la pérdida de valor puede producirse incluso cuando la producción se mantiene.

El impacto económico supera ya los 30 millones de euros a precios de mercado y la presión sobre los productores se intensifica con más lotes que no alcanzan los estándares, rechazos en destino, riesgo de no cosechar y dificultades para garantizar un suministro regular. Todo ello se suma a una tendencia que se repite campaña tras campaña: menos materias activas disponibles, menos usos autorizados y mayor presión de plagas y enfermedades.

Ante esta situación, el sector ha trasladado al Ministerio la necesidad de autorizar el uso excepcional de spirotetramat, un fitosanitario clave para el control del pulgón cuya utilización está actualmente prohibida. La gravedad del problema ha llevado a los gobiernos autonómicos de las tres comunidades afectadas a coordinarse y ejercer presión conjunta para demandar del ministerio de Agricultura la autorización excepcional del insecticida Movento.

Desde Extremadura, Andalucía y Cataluña también se está solicitando Movento para frutales, ante el comienzo inminente de su campaña.

■ DAÑOS Y MAGNITUD DE LA AFECCIÓN

La dimensión real del avance del pulgón empieza a quedar reflejada



Hay más de 6.000 hectáreas afectadas mientras el spirotetramat, autorizado en países de la UE, sigue vetado en España. / PROEXPORT

en las primeras estimaciones oficiales. La Consejería de Agricultura de Murcia ha cuantificado en 6.100 hectáreas la superficie afectada. De ellas, cerca de 4.000 hectáreas corresponden a lechuga, 1.500 a brásicas y alrededor de 300 hectáreas respectivamente a apio y alcachofa, lo que confirma que los hortícolas al aire libre son el principal foco de impacto en este momento.

A esta información se suma el muestreo realizado por la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) en 12 empresas “testigo” con explotaciones en Pulpí, Águilas, Valle del Guadalentín, Campo de Cartagena y Mar Menor. Se trata de datos provisionales y no de un análisis exhaustivo, ya que la plaga evoluciona día a día, al igual que su impacto tanto en campo como en los rechazos de mercancía por parte de clientes nacionales e internacionales. Además, las empresas participantes advierten que “cualquier cifra de hoy se va a quedar pequeña en el inicio de primavera, cuando la climatología sea perfecta para la plaga”.

Según este muestreo, las hectáreas afectadas en las 12 empresas

de la muestra ascienden a 5.094, de las cuales 3.288 corresponden a lechuga, 1.246 a brásicas, 255 a apio y 288 a alcachofa. Dentro de esta superficie, 1.240 hectáreas se consideran ya de pérdida total, siendo la lechuga el cultivo más castigado seguido del brócoli.

En cuanto al impacto productivo, a fecha de la realización del informe, Proexport estima 38.064 toneladas de producción perdida, lo que representa un 31% del total correspondiente a las hectáreas afectadas. El porcentaje varía según cultivo y nivel de afección: en lechuga se ha perdido casi el 50% de la producción de las hectáreas afectadas; en brásicas, alrededor del 34%; en apio, un 32%; y en alcachofa, un 23%.

En Andalucía, según los datos facilitados por el propio sector y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, los agricultores de la zona del levante almeriense estiman que este problema de sanidad vegetal tiene ya incidencia en casi el 70% de la superficie provincial de cultivos hortícolas al aire libre, un problema que está afectando a cultivos de hoja verde, como lechuga y espinacas, pero también a los cítricos de esta provincia.

■ IMPACTO ECONÓMICO

El estudio elaborado por Proexport sitúa las pérdidas económicas a efectos del mercado en 27.072.630 euros, una cifra que continúa creciendo conforme a medida que avanza la campaña. A este importe hay que sumar el coste derivado de los tratamientos adicionales con fitosanitarios y otros productos aplicados para intentar frenar la plaga, que asciende a 2.729.560 euros.

En conjunto, se trata de un impacto económico “muy difícil de soportar para agricultores y empresas, sin importar su tamaño”, subrayan desde la asociación.

La presión no se limita al campo. Los rechazos en destino se han convertido en uno de los factores más críticos para las empresas exportadoras.

En este sentido, Abelardo Hernández, director técnico de Proexport, es contundente al afirmar que “ahora mismo, no tenemos la capacidad de mantener las producciones de lechuga con el nivel de pulgones que muchos supermercados son capaces de aceptar, porque su tolerancia con el pulgón es muy baja”.

Continúa en página 2



Esta semana

5 Los exportadores agroalimentarios españoles pierden negocio por la guerra en Oriente Medio

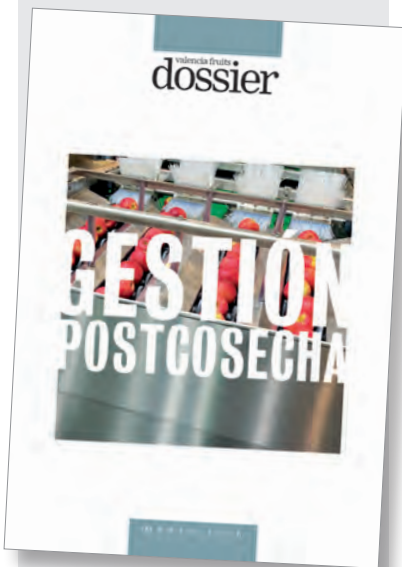
6 La feria Macfrut 2026 reunirá en Rimini a la cadena global del sector hortofrutícola



8 Las variedades Red Sayra y Marisma ‘reinan’ en los campos de fresa de la provincia de Huelva

9 El cultivo de aguacate crece en la Comunitat Valenciana a un ritmo de 300 hectáreas al año

10 Los supermercados reclaman menos IVA y apoyo fiscal ante el impacto económico de la guerra



Sumario

Agrocomercio	5
Agrocultivos	8
Agrodistribución	10
Agrocotizaciones	11
Noticias de Empresas	14



(Viene de portada)

El pulgón avanza sin freno mientras demandan la autorización excepcional de fitosanitarios efectivos para combatirlo

Por ello, a su juicio, “la preocupación es enorme y está plenamente justificada. En los controles de calidad que se realizan a la recepción de un camión —que puede transportar alrededor de 20 palets— basta con que se detecte pulgón en varias lechugas para que se rechace la totalidad del lote. El impacto económico de un rechazo en destino es muy superior al de perder una hectárea en campo. Una hectárea de lechuga en origen tiene un valor determinado, pero una hectárea rechazada en destino multiplica ese valor por tres”.

Mariano Zapata, presidente de Proexport, destaca el esfuerzo que están realizando las empresas para mantener la regularidad del suministro pese a la presión de la plaga. “Pedimos más sensibilidad con el productor a nuestros clientes nacionales e internacionales. Nuestras empresas asociadas y todo el sector estamos haciendo lo imposible para que no falte producto en el lineal y para demostrar a los clientes que el producto que llega está en perfecto estado”, explica. Al mismo tiempo, reconoce que no toda la producción podrá comercializarse: “Hacemos una gran selección de producto en campo y habrá una parte que, inevitablemente, no podrá llegar al mercado. Pero en la que sí es apta, empresas y agricultores necesitamos el apoyo de nuestros clientes para reducir rechazos y ajustar los precios en origen para compensar parcialmente el impacto de esta plaga”.

Los efectos económicos se extienden también al ámbito social. El modelo productivo hortícola del sureste español depende en gran medida de trabajadores temporales, cuya actividad está vinculada al volumen de superficie en producción y a la cantidad de producto comercializable. Con miles de hectáreas afectadas y una gran parte de la producción perdida, muchos de estos trabajadores perderán muchas jornadas durante la campaña. Según el estudio de Proexport, el número de trabajadores afectados podría ascender a 3.836, una cifra que evidencia la dimensión social del problema.

A esta situación se suma el incremento del desperdicio alimentario, consecuencia directa de las pérdidas en campo, los destrios y los rechazos en destino. La asociación lamenta que esta realidad choque frontalmente con los objetivos de las políticas públicas en materia de sostenibilidad. “Todo lo contrario de lo que debería buscar una política contra el desperdicio alimentario, pero en agricultura se olvida, se olvida, se abandona a empresas y agricultores a su suerte cuando lo único que se quiere es salvar cultivos de una plaga o enfermedad”, denuncian desde Proexport.

■ MENOS HERRAMIENTAS FITOSANITARIAS...

La expansión del pulgón no es un fenómeno nuevo para el sector hortícola. “Es una plaga que ha estado siempre. Como todo lo que depende de la naturaleza, tiene años mejores y años peores. Hay años más secos, con menos presión, y años como este, más húmedos, con más presión”, explica el director técnico de Proexport. A ello se suma un factor determinante: este año ha habido un cambio en la disponibilidad de fitosanitarios “que nos ha dejado temblando”.

Según Hernández, la situación se ha agravado por la retirada de herramientas clave. “La Unión Europea ha cancelado el registro del spirotetramat debido a que Bayer, la casa de fitosanitarios propietaria



Dentro de la superficie afectada, se da totalmente por perdida la producción de 1.240 ha. / PROEXPORT

La sensación generalizada es que la normativa europea se está aplicando de forma desigual entre Estados miembros, y que España opera bajo condiciones más restrictivas que otros productores europeos, lo que afecta directamente a su competitividad

de la materia activa, dejó de defender su registro. Durante mucho tiempo ha sido nuestra principal herramienta para controlar plagas al aire libre”, señala. Se trata de un producto sistémico, absorbido por la planta, que no sólo protegía la lechuga frente al pulgón, sino que ofrecía cobertura durante semanas frente a otras plagas y en distintos cultivos. Su pérdida tiene un impacto transversal, afectando también a cítricos —especialmente en el control del cotonet— y a frutales.

Aunque la cancelación se decidió en 2024, el producto permaneció autorizado hasta octubre de 2025 para agotar existencias. “Anticipándonos al problema que ya veíamos venir, presentamos la primera solicitud de uso excepcional en octubre, coincidiendo con el fin de la autorización. La solicitud incluía lechugas, apio y brásicas como brócoli, coliflor, repollo, col china y kales. Sin embargo, en aquel entonces el Ministerio informó a la Consejería de Murcia que denegaría esa autorización excepcional, como hizo en frutales”, recuerda el director técnico. “Hemos mantenido abierta en todo momento una línea de diálogo técnico y riguroso con Sanidad de la Producción Agroalimentaria en el Ministerio de Agricultura para que conociesen todos los detalles de lo que estaba ocurriendo y colaborar en resolver el problema que enfrentábamos”.

La situación se ha visto agravada por cambios recientes en otra de las materias activas utilizadas contra el pulgón. Hernández explica que “en 2025 se modificaron los límites máximos de residuos del acetamiprid, lo que obligó a retirar algunos usos específicos, entre ellos el aplicado a la lechuga. No se trata de una prohibición total, pero sí hemos perdido otra herramienta importante para controlar esta plaga”.

Desde Proexport insisten en que el problema no es sólo regulatorio, sino también técnico. “La sostenibilidad en el uso de fitosanitarios es irrenunciable

para todos nosotros y para cualquier productor que quiera responder a lo que la sociedad y el planeta demandan. Nos enfrentamos a un problema técnico y operativo: cuando sólo quedan una o dos materias activas para enfrentar una plaga, se acaban usando de forma repetida y aparecen resistencias. Lo que antes se controlaba con cierta facilidad ahora se complica y sus consecuencias se agravan. En el día a día lo vemos con más problemas de pulgones, orugas y mosca blanca”, lamentan desde la asociación.

■ ...QUE NUESTROS COMPETIDORES

La reducción progresiva de materias activas eficaces para el control del pulgón —y para otras muchas plagas— ha generado una profunda indignación en el sector hortícola español, especialmente al comparar la situación con la de otros países europeos. El caso del spirotetramat, la herramienta que el sector considera clave para frenar la plaga, es el ejemplo más evidente.

Según explica el director técnico de Proexport, “esa herramienta que nosotros solicitamos y que nos han denegado ha sido autorizada en otros países de la Unión Europea. Italia, Portugal o Francia pueden usarla, incluso en cultivos que compiten directamente con los nuestros, como brásicas o lechuga. No entendemos por qué aquí no se nos permite la misma herramienta”. La contradicción es difícil de asumir para los productores, que ven cómo sus competidores directos sí disponen de una autorización excepcional, una solución que en España has tenido respuesta a través de la resolución del MAPA que rechaza la solicitud presentada por la Consejería de Agricultura murciana para autorizar el uso de formulados a base de spirotetramat al 10% pese a la gravedad de la situación.

En la misma línea, el presidente de Proexport subraya la desigualdad que esto genera dentro del propio mercado comunitario. “En varios países de la

Unión Europea se ha concedido un uso excepcional de cuatro meses para esa materia activa concreta. Aquí en España se nos ha denegado. Esto nos coloca en una situación de desventaja clara frente a otros productores europeos con los que, como Italia, compartimos calendarios de producción, lo que genera una preocupación enorme en el sector, agronómica y ahora también comercial”, afirma.

Zapata va más allá y hace una mención directa a las autoridades. “Lo más preocupante es que parece que no son conscientes del problema tan grave que tenemos. Ahora mismo afecta a la lechuga y a las brásicas, pero va camino de afectar también al melón, a los cítricos y a los frutales. Es un problema serio y necesitamos soluciones inmediatas y de choque para frenar la plaga e impedir que afecte a otros cultivos y a otras zonas”, advierte.

■ PETICIONES DEL SECTOR

Para las empresas hortícolas del sureste español, la falta de acceso al spirotetramat en un momento de máxima presión de la plaga no sólo compromete la producción actual, sino que también cuestiona la capacidad del sistema para ofrecer alternativas viables cuando se retiran materias activas sin disponer de sustitutos eficaces. La sensación generalizada es que la normativa europea se está aplicando de forma desigual entre Estados miembros, y que España opera bajo condiciones más restrictivas que otros productores europeos, lo que afecta directamente a su competitividad.

Por ello, ante la falta de herramientas eficaces y la negativa del Ministerio a autorizar el uso excepcional de materias activas como el spirotetramat el sector hortícola insiste en la necesidad de competir en igualdad de condiciones dentro del mercado europeo. “Lo justo sería disponer de las mismas herramientas que el resto de los productores europeos. La Unión Europea es un mercado único y competimos directamente con otros países. Lo que pedimos es igualdad de condiciones y una explicación clara de por qué nosotros no podemos utilizar herramientas que sí están autorizadas en otros Estados miembros. Queremos jugar con las mismas cartas y un marco regulatorio que no genere desigualdades”, explica Hernández.

Desde Proexport insisten en que es imprescindible agilizar las autorizaciones excepcionales cuando se producen picos de plaga o condiciones climáticas anómalas; ampliar registros y usos menores de soluciones ya evaluadas para poder aplicarlas en otros cultivos cuando sea técnicamente viable; y evitar que la distribución limite los LMR por debajo de lo legal sin ofrecer alternativas reales, ya que esto deja al productor sin margen y termina afectando a toda la cadena. También reclaman reforzar la gestión integrada de plagas (IPM) “de verdad”, con rotación de modos de acción, monitoreo y biocontrol cuando sea aplicable. “Necesitamos un abanico de herramientas suficiente para que el sistema funcione”, concluyen desde la asociación.

A pesar de las dificultades, el sector asegura que continuará reclamando igualdad de condiciones. Hernández expresa que “vamos a seguir pidiendo disponer de las mismas herramientas que el resto de los productores europeos y vamos a seguir trabajando. Si supone un mayor coste, asumiremos ese coste, y si es necesario labrar parte de la producción



Ante la negativa a autorizar el uso excepcional de materias activas como el spirotetramat, el sector se ha visto obligado a buscar alternativas para contener la plaga. Sin embargo, la incorporación de nuevos productos no es un proceso inmediato ni sencillo. Requiere tiempo, conocimiento técnico y un manejo preciso para evitar fallos que permitan que el pulgón siga avanzando. / PROEXPORT

para garantizar que no llegue pulgón al destino, lo haremos”. En esta línea, el presidente de Proexport incide en la urgencia de corregir la desigualdad, por ello han vuelto a solicitar “excepcionalidad de cuatro meses, igual que se ha concedido en Italia, Portugal, Alemania, Francia, Eslovenia o Reino Unido. Lo que pedimos es que se nos permita utilizar los productos necesarios para frenar la plaga, evitar que siga avanzando y salvar nuestras producciones”.

■ FRENTE COMÚN

La gravedad de la situación ha llevado a los gobiernos autonómicos de Andalucía, Comunitat Valenciana y Región de Murcia a conformar un frente común para trasladar al Gobierno central la urgencia de autorizar el uso excepcional de materias activas en un momento crítico para los cultivos hortícolas. La coordinación entre las tres comunidades refleja la dimensión del problema y la necesidad de actuar con rapidez para evitar que la plaga siga avanzando.

No obstante, las peticiones tanto del sector como de los gobiernos comunitarios han caído, por ahora, en saco roto. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha denegado finalmente la autorización excepcional solicitada para utilizar formulados a base de spirotetramat al 10%. Según el documento remitido por el Ministerio, el producto “no cumple con lo establecido en el artículo 53 del Reglamento (CE) n°1107/2009”, la normativa que regula las autorizaciones excepcionales de fitosanitarios en la UE. Este mecanismo permite habilitar temporalmente —durante un máximo de 120 días— el uso de un producto no autorizado cuando existe un peligro fitosanitario que no puede controlarse por otros medios razonables. Sin embargo, Agricultura concluye que en este caso no concurren las condiciones necesarias para activar esta vía de emergencia.

La consejera de Agricultura, Sara Rubira, considera que la decisión supone

Con un impacto económico que supera ya los 30 millones a precios de mercado, la presión sobre los productores se intensifica. El presidente de Proexport pide más sensibilidad a los clientes nacionales e internacionales con el productor. “Estamos haciendo lo imposible para que no falte producto en el lineal y para demostrar a los clientes que el producto que llega está en perfecto estado”

“dar la espalda a los agricultores, que han dicho alto y claro que necesitan este producto para poder combatir esta plaga”. Rubira recuerda que Andalucía y Valencia también han solicitado el uso del mismo formulado, y que “los tres consejeros solicitamos una reunión que por el momento no se ha celebrado”.

■ ALTERNATIVAS ACTUALES

Paralelamente, el Ministerio sí ha autorizado el uso de un fitosanitario a base de cyantraniliprol como herramienta para contener el avance del pulgón, una autorización que llegó tras la petición formal de la Junta de Andalucía. No obstante, el consejero andaluz de Agricultura, Fernández-Pacheco, ha subrayado que esta medida no es suficiente y que su comunidad tampoco renuncia “al producto solicitado inicialmente dada la importancia de la superficie afectada”.

Ante la negativa a autorizar el uso excepcional de materias activas como el spirotetramat, el sector se ha visto obligado a buscar alternativas para contener la plaga. Sin embargo, la incorporación de nuevos productos no es un proceso inmediato ni sencillo. Requiere tiempo, conocimiento técnico y un manejo preciso para evitar fallos que permitan que el pulgón siga avanzando.

El director técnico de Proexport explica que el sector está utilizando las opciones disponibles, como el sulfoxaflor, autorizado excepcionalmente para la Región de Murcia, pero que su eficacia y manejo suponen un reto para los productores. “Estamos recurriendo a otras

alternativas y las estamos aplicando, pero requieren un aprendizaje técnico. No existe una herramienta universal, cada formulado tiene un momento adecuado de aplicación dentro del ciclo del cultivo y del ciclo de la plaga, y cada uno presenta sus propias limitaciones. Cuando sólo dispones de unas pocas opciones, cualquier error en el manejo permite que la plaga continúe avanzando”. Añade que, en un ciclo de lechuga de tres meses, puede haber cinco o seis formulados disponibles para distintas plagas y enfermedades, pero cada uno exige una dosis, un momento y unas condiciones específicas, lo que reduce el margen de maniobra.

Hernández detalla que la complejidad aumenta en cultivos como la lechuga, donde el pulgón se refugia en el interior de las hojas, dificultando el acceso de los tratamientos. “La lechuga es especialmente sensible a los pulgones. Se introducen entre las hojas y muchos productos no llegan a alcanzarlos. Sólo los productos sistémicos —aquellos que penetran en el tejido vegetal— resultan eficaces. Los productos de contacto requieren impactar directamente sobre el insecto, y si no lo hacen, no tienen efecto”. Esta limitación técnica, unida a la falta de materias activas con eficacia probada, complica el control de la plaga en un contexto en el que cada aplicación cuenta.

■ COMPROMISO

La negativa del Ministerio a autorizar el uso excepcional del spirotetramat deja al sector hortícola del sureste español en

una situación de elevada vulnerabilidad frente a una plaga que avanza con rapidez y cuyo impacto sobre las explotaciones y la rentabilidad aumenta día a día. La firmeza mostrada por los consejeros de Agricultura de Murcia, Andalucía y la Comunitat Valenciana refleja la magnitud del problema en campo y la urgencia de disponer de soluciones eficaces y ajustadas a la realidad productiva. La insistencia en volver a solicitar el uso del spirotetramat evidencia que, para las administraciones autonómicas y para los agricultores, la gestión de esta plaga no puede esperar a los tiempos administrativos ni a interpretaciones restrictivas de la normativa.

Desde Proexport insisten en que “la seguridad alimentaria no se negocia. Pero la viabilidad de la producción tampoco debería ponerse contra la pared. Esto no va de ‘más química’: va de herramientas eficaces, uso responsable y decisiones ágiles, para asegurar calidad, continuidad de suministro y rentabilidad”.

En este contexto los productores redoblan esfuerzos para contener el avance del pulgón con las escasas herramientas disponibles, en un intento de demostrar —una vez más— su compromiso con el trabajo y con el suministro. El presidente de Proexport lanza un mensaje de tranquilidad a los mercados: “Estamos haciendo todo lo posible para atender las necesidades de nuestros clientes. Queremos pedirles sensibilidad y flexibilidad para afrontar esta situación. Siempre hemos demostrado que estamos a la altura de las circunstancias y que hacemos las cosas muy bien hechas”.

Mientras, el sector seguirá afrontando una campaña marcada por la incertidumbre y por un pulgón que, por ahora, avanza más rápido que las respuestas de la Administración. Para los productores, la hoja de ruta es evidente: “la solución pasa por trabajar juntos, Administración, distribución, técnicos y productores. Si no, el coste lo acabamos pagando todos: campo, industria y lineal”.

Magda Galeano, vicepresidenta de IBMA (International Biocontrol Manufacturers Association), explica que “desde IBMA entendemos la preocupación del sector ante el aumento de infestaciones de pulgón en cultivos como lechuga y brásicas. El incremento, a veces fuera de control, de las poblaciones de pulgón en los cultivos de hoja como la lechuga se está produciendo tras la retirada del mercado de sustancias químicas como el spirotetramat. La imposibilidad legal de usar esta sustancia ya estaba prevista con varios años de antelación, por lo que la situación actual es una clara consecuencia de la falta de previsión para introducir en los cultivos otras alternativas de control de plagas que sí están disponibles, como es el caso del control biológico basado en las sueltas de diferentes enemigos naturales”.

“Las sustancias naturales (especialmente las piretrinas y azadiractina)”, continúa Galeano, “son muy eficaces y combinando adecuadamente el modo de

Alternativas biológicas

aplicación y el tiempo de aplicación junto con el resto de los agentes de biocontrol, forman una estrategia eficaz y sostenible. Es muy importante insistir en que el éxito del control biológico depende de la correcta aplicación de los protocolos técnicos y de entender que el objetivo es evitar que la plaga dañe al cultivo”.

Puestos en contacto con Koppert, una de las firmas asociadas de IBMA, comentan que “el control biológico de diferentes especies de pulgón es algo habitual en España en todo tipo de cultivos, tanto en invernadero como al aire libre. La plaga del pulgón es bien conocida por los productores, pero también por los equipos de investigación y los técnicos de campo de Koppert, que desde hace muchos años trabajan continuamente en la mejora de los protocolos de control biológico para garantizar que las soluciones



Las empresas dedicadas al control biológico llevan años estudiando y mejorando nuevos protocolos biológicos para hacer frente a esta plaga. / KOPPERT

y estrategias se adaptan a una realidad en continua evolución, definida por la aparición de nuevas plagas y de nuevos retos de sanidad vegetal como consecuencia de la imparable retirada del

mercado de un gran número de plaguicidas químicos”.

En cultivos de hoja como lechuga, “Koppert ofrece un eficaz protocolo técnico de prevención frente a pulgón que combina la

introducción de varios enemigos naturales con el uso de plantas báker y plantas reservorio, capaces de potenciar la presencia constante de fauna auxiliar durante todo el ciclo de cultivo. Para ello se recomienda el uso de plantas de cereal, además de otras especies vegetales como Lobularia maritima, Tagetes o Cilantro, entre otras. En cuanto a los enemigos naturales, Koppert incluye en su protocolo parasitoides de pulgón, como *Aphidius colemani* y *Aphidius ervi*, y depredadores como *Chrysoperla carnea* y sírfidos, fundamentalmente, *Sphaerophoria rueppellii* y *Episyrphus balteatus*”.

“La eficacia del control biológico del pulgón está ampliamente comprobada, siendo imprescindible seguir adecuadamente los protocolos técnicos y respetar los plazos de introducción de cada enemigo natural”, explican desde Koppert, ya que “la estrategia más eficaz es la que se inicia antes de detectar la presencia de la plaga”. La semana próxima profundizaremos más en este tema en una entrevista con Magda Galeano.

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



Las lluvias bendicen al campo

Por GONZALO GAYO

Las lluvias acaban con el sufrimiento de las sequías en los últimos años. Los agricultores celebran cultivo a cultivo unas precipitaciones que favorecen especialmente a cultivos de secano como el almendro, el olivar y el cerezo, al igual que al cereal, a la vez que ahorran riegos a cultivos como los cítricos. También el sector agroalimentario europeo bate récord de beneficios, así como empresas como Mercadona que presenta los mejores resultados de su historia con una mirada de optimismo antes los próximos retos anunciados de cara al futuro.

En Alicante, la tierra más castigada por las sequías en las últimas décadas, agradecen la bendición de las lluvias acumuladas cuando nos encontramos a las puertas de la primavera. Desde Asaja Alicante certifican que en el Camp d'Elx, las estaciones meteorológicas ubicadas en las pedanías han arrojado 59 l/m² en Algorós, 71 l/m² en Derramador y 68 l/m² en Valverde, lluvia que “viene muy bien para toda la hortaliza de invierno en esta fase, sobre todo a la alcachofa que está en el final de su campaña, aportándole calibre y calidad”, reconoce el presidente de Asaja Elche, Pedro Valero. Explica que la humedad y el fresco son condiciones ideales para toda la gama de hortalizas (brócoli, coliflor, habas, etc.). Sin embargo, el exceso de agua produce retrasos en la recolección y dificulta el acceso a caminos rurales. Aun con el barro en el campo, sólo se teme el retraso de algunas plantaciones de cultivos de verano como el melón.

El agua es vida, limpia los árboles de plagas y reduce el riego hasta un 80% en cítricos e incluso señalan que desde octubre hay parcelas sin regar a la espera de que el sol y el viento sequen rápido la tierra, y que el drenaje se desarrolle con normalidad.

Desde Alicante añaden que para el olivar el agua de lluvia es extraordinariamente buena en este preciso momento del año, pues los árboles abandonan el reposo invernal para dar paso a los primeros botones florales, que pueden convertirse, en el mejor de los casos, en la flor que dará paso a la aceituna. Hugo Quintanilla responsable de este sector remarca que, si hay recursos hídricos suficientes y no hace demasiado calor, estos tienen muchas opciones de convertirse en la flor que se abrirá a mediados de mayo, para su posterior cuajado que dará paso a la aceituna mejorando las perspectivas de producción de la próxima campaña del olivar.

La bendición de las lluvias llega también a las castigadas tierras por las sequías en la Hoya de Castalla por años de sequía en una zona cerealista donde han



Los agricultores agradecen las lluvias. / GONZALO GAYO

alcanzado los 78,8 l/m², agua que “viene estupendamente en la fase de enraizamiento de la planta del cereal”. Pepe de la Asunción, agricultor de la zona, confiesa que si llueve un poco más en abril “se cubrirán, más o menos, los gastos de la campaña”.

También los cultivos de cerezos alicantino celebran las lluvias de finales de invierno y en la antesala de la primavera coincidiendo con la salida de reposo del árbol, hinchado de yemas y comienzo de la floración. Todo un espectáculo de vida.

Y qué decir de una uva de mesa que agradece como nunca el agua caída dando la humedad profunda al suelo y permite que las raíces tengan reserva para la brotación, ahorrando algún riego. Mejoran el desarrollo futuro de los racimos y reducen las necesidades de riego. No hay mal que cien años dure y hoy celebramos el regalo de las lluvias a la espera de que el Gobierno central haga su trabajo para acabar con las sequías realizando las inversiones que se necesitan de cara al futuro.

Mientras la cuenca del Segura, la cuenca más castigada por las sequías, atesora reservas históricas que superan los 550 hm³, situándose 200 hm³ por encima de la media de la última década, lo que ha permitido a la Confederación levantar oficialmente las restricciones vigentes.

También el sector agroalimentario de la UE celebra récords las exportaciones agroalimentarias de la UE en 2025, a pesar de los desafíos económicos mundiales. En concreto, ascendieron a 238.400 millones de euros en 2025, un aumento del 1% en comparación con 2024 siendo el Reino Unido el principal destino de las exportaciones agroalimentarias de la UE, representando el 23% del total.

Con ello, la UE mantuvo un superávit comercial agroalimentario global de 49.900 millones de euros en 2025 siendo el primer exportador mundial de productos agroalimentarios y también fue el principal importador mundial en 2025 generando empleo y riqueza.

Las buenas noticias llegan también a Mercadona que dispara su margen neto y es líder mundial por rentabilidad, por delante de los gigantes de la distribución de Europa y EEUU. La cadena valenciana cerró su ejercicio 2025 con unas ventas netas de 38.178 millones de euros, y un beneficio neto un 25% superior, hasta los 1.729 millones de euros.

Es hora de agradecer las lluvias y tanto esfuerzo para alcanzar las metas deseadas ya que reportan progreso y empleo a la sociedad, así como la esperanza de que la Comisión Europea defienda con uñas y dientes al campo y a su sector agroalimentario y el Gobierno realice las inversiones para que no falte agua cuando se necesita. El agua es vida.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los exportadores alimentarios españoles pierden negocio por la guerra en Oriente Medio

El Gobierno aprobará el viernes el plan de medidas para hacer frente a la guerra

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las empresas españolas exportadoras de productos agroalimentarios están notando pérdidas de negocio, bloqueos y subida de gastos como consecuencia de la guerra en Oriente Medio y temen que, si dura, impacte en las cadenas de suministro a gran escala en el tránsito entre Europa y Asia.

Las exportaciones españolas de alimentos y bebidas a Oriente Medio superan los 1.200 millones de euros anuales, un 2% del total, pero la guerra desencadenada por los ataques de EEUU e Israel a Irán está perjudicando a sectores específicos y a las inversiones de los empresarios que apostaron por ese mercado. Además, los responsables de las patronales de sectores exportadores como el hortofrutícola o el conservero consideran que el conflicto tiene un gran impacto indirecto, por el encarecimiento de los costes del fertilizante, del gasóleo y de los seguros marítimos, y porque si dura puede afectar gravemente a los flujos comerciales.

El presidente de la patronal de exportadores hortofrutícolas Fepex, Cecilio Peregrín, señala que, aunque los países de Oriente Medio no son mercados prioritarios, “cualquier conflicto afecta al comercio, sobre todo por la incertidumbre”.

El representante de la federación ha señalado que a nivel individual esta situación daña a todos los exportadores de frutas y hortalizas que han hecho inversiones para poder acceder a esos mercados.

Fepex, con datos de Aduanas, ha cifrado la exportación española de frutas en 69 millones, el 0,5% del total, con Arabia Saudí (34 millones) y Emiratos Árabes (27,1 millones) como principales destinos; allí se venden manzanas y en el caso saudí naranjas, peras y kakis.

Peregrín también ha citado como consecuencia indirecta el coste del transporte marítimo, porque los fletes de algunas rutas “se han multiplicado por dos”, además del alza de los fertilizantes y del gasóleo.

Por su parte, el secretario general de la patronal de conservas de pescado Anfaco-Cytma, Roberto Alonso, ha confirmado la cancelación de embarques hacia puertos de la zona, desde el inicio del conflicto, y ha explicado que para los contenedores en tránsito se están analizando las rutas alternativas en coordinación con las navieras. “Las tensiones en esta zona estratégica para el comercio marítimo internacional



El sector teme que la guerra impacte en las cadenas de suministro a gran escala en el tránsito entre el mercado de Europa y Asia. / ARCHIVO

generan importantes disrupciones en las cadenas logísticas y en la cadena de abastecimiento, ya no sólo en los envíos a esa zona, sino también en flujos comerciales procedentes de Asia con destino a la Unión Europea”, según indica Alonso.

La industria prevé un aumento en los tiempos de tránsito, retrasos y una mayor incertidumbre para las empresas en su planificación comercial.

Desde el Valle del Ebro, Castilla-La Mancha y Castilla y León, la organización agraria COAG ha alertado del bloqueo de la exportación española de alfalfa para los caballos y los camellos de Arabia Saudí y Emiratos, y del riesgo de perder un negocio de élite si sigue la guerra.

■ COMERCIO ENTRE ESPAÑA Y ORIENTE MEDIO

España exportó a los países de Oriente Medio alimentos, bebidas y tabaco por 1.215,11 millones de euros en 2025, según los datos del Ministerio de Economía, que incluyen doce naciones (Irán, Irak, Kuwait, Baréin, Catar, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos, Omán, Yemen, Líbano, Jordán y Siria). Las ventas agroalimentarias a esa zona crecieron un 8% mientras que las importaciones descendieron un 28,2% hasta 139,73 millones.

Arabia Saudí es el país de Oriente Medio que más productos agroalimentarios compra a España (553 millones de euros), seguido por Emiratos Árabes Unidos (352,8 millones), Líbano

(97,3 millones), Jordania (90,3 millones), Kuwait (55,8 millones), Irak (48,9 millones) y Catar (42,1 millones). Las exportaciones a Omán se sitúan en 31 millones; a Irán, en 7,6 millones; a Siria, en 7,4 millones; a Baréin, en 13,9 millones; y a Yemen, en 5 millones.

Los preparados alimenticios son los productos más exportados a Oriente Medio (263,83 millones), junto con las frutas, hortalizas y legumbres (263,84); le siguen los piensos (216,18 millones), el azúcar, café y cacao (114,43 millones), los lácteos y huevos (59,68 millones), y los productos pesqueros (41,25 millones).

■ FERTILIZANTES

El encarecimiento de los fertilizantes, con el consiguiente incremento de los costes, y los posibles problemas de suministro es una de las preocupaciones que está generando la guerra en el sector agrario. El cierre del estratégico estrecho de Ormuz a raíz de la guerra entre Estados Unidos, Israel e Irán está provocando interrupciones y un aumento de precios en múltiples mercados globales, no sólo en petróleo y gas natural, sino también en materias primas como fertilizantes, azufre, helio, aluminio y otros insumos industriales, según analistas y medios especializados.

En relación a la problemática con los fertilizantes, los fabricantes que operan en España han confirmado que cuentan en la actualidad con existencias suficientes para que los agricultores apliquen estos productos en sus cultivos, aunque han mostrado

su preocupación por los efectos de la guerra de Irán en sus suministros.

La secretaria general de la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (Anffe), Paloma Pérez, ha asegurado que las compañías productoras instaladas en España “de momento tienen stock para suministrar a los agricultores, al menos para dos o tres meses”.

El problema con el que se enfrenta este sector —ha añadido— es que hay “muchísima incertidumbre sobre cuánto va a durar el conflicto en Oriente Medio”, que incide directamente en el suministro de las materias primas que necesita, como la urea, el azufre o el gas. “Si se alarga, el fabricante español lo va a tener un poco complicado”, ha señalado Paloma Pérez.

Sobre la subida del precio de estos insumos fundamentales para la agricultura, la secretaria general de Anffe ha explicado que su valor está condicionado, al igual que el precio del petróleo, por los valores que fluctúan en el “mercado global, en el que, por ejemplo, la urea ha subido muchísimo”.

“La invasión de Ucrania por Rusia hizo que la oferta y la demanda del mercado de fertilizantes se desajustara, pero con la guerra en Irán se ha disparado de forma más acusada la falta de algunos suministros, ya que por el Estrecho de Ormuz transitan normalmente el 30% de la urea y el azufre, y cerca del 20% del gas natural del mundo”, ha señalado Paloma Pérez.

■ AYUDAS DEL GOBIERNO

El Gobierno aprobará el viernes, en una reunión extraordinaria del Consejo de Ministros, el plan de medidas para hacer frente a las consecuencias económicas en España de la guerra en Irán.

De acuerdo con lo que ha avanzado el Ejecutivo, el plan de respuesta integral incluirá medidas estructurales y otras coyunturales ante la situación provocada por el conflicto en Oriente Medio. Fuentes del Gobierno han recalado que la intención es proteger a los más vulnerables y a los sectores más afectados por la subida de los precios y que planteará las medidas después de los contactos que sigue manteniendo con los grupos parlamentarios, los agentes sociales y los sectores especialmente expuestos.

El ministro de Economía, Carlos Cuerpo, ha subrayado que el sector agroalimentario y el del transporte son los más afectados por la escalada de precios, tanto de los carburantes como de otros productos como los fertilizantes, y que está centrado especialmente en frenar el encarecimiento de la energía para que no desemboque en “efectos de segunda ronda” que eleven los precios de otros productos.

Pero ha vuelto a descartar la rebaja del IVA de los alimentos, aunque ha puntualizado que, si estos se encarecieran, el Gobierno está preparado para ir respondiendo de manera flexible y ampliando, si fuera necesario, el paquete de medidas.

La situación internacional impacta con fuerza en el sector primario

El sector de los fertilizantes atraviesa actualmente un momento complejo marcado por varios factores de carácter global que están afectando directamente a los costes de producción agrícola.

Por un lado, desde el 1 de enero de 2026 ha entrado en vigor la tasa CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism), un mecanismo europeo que grava determinadas materias primas importadas, con el objetivo de equilibrar los costes medioambientales entre productores europeos y países terceros. Este nuevo sistema ha supuesto un incremento del precio del 10%-15%, “una subida que el sector ya preveía”, según comentan desde Medifer, empresa que afirma que había “comenzado a prepararse con antelación”. Sin embargo, la guerra ha

generado un escenario mucho más complicado del previsto inicialmente. El conflicto ha provocado fuertes tensiones en los mercados de materias primas utilizadas para la fabricación de fertilizantes, lo que ha derivado en incrementos de precios de entre el 30% y el 40% desde el inicio de la guerra. La combinación de ambos factores está generando una presión significativa sobre toda la cadena agroalimentaria, especialmente sobre el sector primario.

Algunas empresas han emitido comunicados asegurando que garantizarán el suministro de fertilizantes y mantendrán el servicio a agricultores y distribuidores, “con el objetivo de que el impacto de la situación internacional sea el menor posible para el sector agrícola”, como comentan desde Medifer. ■



La nueva edición de Macfrut fue presentada en la Italian Trade Agency (ITA) en Roma con la participación de Francesco Lollobrigida, ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques. / MACFRUT

Macfrut 2026 reunirá en Rimini a la cadena global del sector hortofrutícola

La feria italiana centrará esta edición en el mango y el aguacate, con el Caribe como socio internacional y más de 800 compradores invitados

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La cadena global de suministro de frutas y hortalizas se dará cita en Macfrut, que celebrará su 43ª edición del 21 al 23 de abril de 2026 en el Rimini Expo Centre. La feria llegará cargada de novedades: el Caribe como socio internacional, más de 800 compradores internacionales, la participación de 10 regiones italianas con Sicilia como región invitada, protagonismo para las cadenas globales del mango y el aguacate, exposiciones temáticas y cerca de 100 eventos.

Presentada bajo el lema “Make it Juicy”, la feria quiere ofrecer una edición más dinámica, innovadora y orientada a las tendencias del sector. El evento reunirá durante tres días a profesionales del sector hortofrutícola internacional para generar oportunidades de negocio y conocer las últimas innovaciones de uno de los pilares del agroalimentario italiano. En Italia, el sector hortofrutícola representa aproximadamente un tercio de la producción agrícola, con un valor cercano a 19.000 millones de euros, mientras que toda la cadena genera alrededor de 60.000 millones de euros.

La nueva edición de Macfrut fue presentada en la Italian Trade Agency (ITA) en Roma con la participación de Francesco Lollobrigida, ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques; Matteo Zoppas, presidente de ITA; Patrizio Neri, presidente de Cesena Fiera; Paolo De Castro, presidente del Comité Científico Técnico de Macfrut; Livio Proietti, presidente de ISMEA; Luca Sammartino, consejero de Agricultura de la Región de Sicilia; Ugo Ferrero, responsable de Asuntos Institucionales de AICS; y Rafael A. Lantigua Ciriaco, embajador de la República Dominicana en Italia.

■ FRUTAS Y HORTALIZAS, UN ACTIVO ESTRATÉGICO DEL MADE IN ITALY

El sector hortofrutícola tendrá un papel central en la feria. En Italia alcanza un valor aproximado de 19.000 millones de euros, lo que representa el 27% de la producción agrícola nacional y, junto con las conservas vegetales, el 18% de las exportaciones



Patrizio Neri, presidente de Cesena Fiera durante la presentación. / MACFRUT

Macfrut 2026 reunirá a más de 800 compradores internacionales y pondrá el foco en los países del Caribe, una de las regiones más dinámicas del comercio hortofrutícola mundial

agroalimentarias del país, según datos de ISMEA.

Las exportaciones italianas de frutas y hortalizas crecieron un 11,3% en 2025 (enero-noviembre) hasta alcanzar 7.000 millones de euros, según la Italian Trade Agency. Aproximadamente un tercio de la producción se destina a los mercados internacionales. Italia es el tercer exportador europeo, por detrás de España y Países Bajos.

Los principales destinos de las frutas y hortalizas italianas son: Alemania (2.100 millones de euros); Francia (722 millones); Austria (476 millones); Suiza (397 millones) y España (319 millones).

Según Nomisma (instituto independiente de estudios económicos con sede en Bolonia), Italia representa el 17% del valor total de la producción hortofrutícola de la UE, siendo el segundo productor europeo de hortalizas (incluido el tomate para industria) y también el segundo productor de fruta.

En cuanto al consumo, los datos de ISMEA indican que el sector hortofrutícola mantiene una evolución positiva. Los volúmenes de compra de hortalizas han aumentado un 2,6%, mientras

que el gasto en fruta ha crecido un 2,7%.

Dentro de los productos frescos, las ventas de hortalizas registraron un incremento moderado en volumen (+3,5%) y las patatas crecieron un 5,1%. Las verduras de IV gama se mantienen estables, mientras que las congeladas apenas varían. Las conservas de tomate aumentaron ligeramente en volumen (+1,4%).

En el caso de la fruta, aunque las ventas de zumos han caído (-6,5%), el consumo se orienta cada vez más hacia frutos rojos, frutas tropicales y frutos secos. Entre los productos con mayor crecimiento destacan: frutos secos (+2,6%); kiwi (+7,2%); fresas (+8,9%); arándanos (+25,9%); mangos (+36,4%); aguacates (+47%) y granadas (+25%). También aumenta el consumo de fruta fresca ecológica envasada, con incrementos del 1,8% en volumen y del 7% en valor.

■ MACFRUT, UNA FERIA GLOBAL DE LA CADENA HORTOFRUTÍCOLA

El carácter internacional es uno de los rasgos distintivos de Macfrut, gracias a un programa anual de presentaciones en

distintos países y a la captación de compradores internacionales en colaboración con la Italian Trade Agency.

La edición de 2026 pondrá el foco en los países del Caribe, una de las regiones más dinámicas del mundo, con exportaciones superiores a 30.000 millones de dólares. La República Dominicana tendrá un papel destacado con un stand de 400 m², el doble que el año pasado, en el que participarán productores, exportadores e instituciones del sector.

También estarán presentes Cuba, Costa Rica, Colombia y Ecuador, mientras que Chile y Argentina representarán a Sudamérica. Brasil y Perú debutarán en la feria con pabellón nacional y delegaciones de productores.

Asimismo, participarán numerosos países africanos —entre ellos 20 del África subsahariana— interesados en adquirir tecnologías y conocimientos del sector italiano.

Gracias al apoyo de ITA, más de 800 compradores internacionales asistirán a la feria, con especial atención a los principales importadores europeos.

■ LA CADENA HORTOFRUTÍCOLA ITALIANA

La feria aspira a consolidarse como el principal escaparate de la cadena hortofrutícola italiana, reuniendo a todos los actores del sector: producción, tecnología, envasado y distribución. También participarán las tres principales cadenas de distribución italianas en el segmento de producto fresco: Conad, Coop Italia y VèGè Group.

Macfrut contará con la presencia de 10 regiones italianas con stand propio: Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romaña, Lazio, Piamonte, Apulia, Cerdeña, Sicilia y Umbria.

La región invitada será Sicilia, que dispone de más de 263.000 hectáreas dedicadas a la horticultura (22% del total nacional) y produce 4,6 millones de toneladas, el 19% de la producción italiana. Además, es líder nacional en producción ecológica con 47.000 hectáreas, cerca de una cuarta parte del total del país, y genera un valor de producción cercano a 3.000 millones de euros.

■ MANGO Y AGUACATE, PROTAGONISTAS

Uno de los ejes de Macfrut 2026 será el evento internacional “Mango and Avocado Explosion”, dedicado a la cadena global de estos dos productos.

El encuentro reunirá a productores, comercializadores y expertos para analizar datos agronómicos, tendencias de mercado y oportunidades de desarrollo, con la participación de empresas de países como Brasil, Colombia, Países Bajos, Egipto, India, Perú, Italia, Kenia y República Dominicana.

El objetivo es generar oportunidades de negocio y facilitar contactos comerciales en dos productos que mueven más de 80.000 millones de dólares en el mercado mundial.

■ EXPOSICIONES TEMÁTICAS Y ÁREA DE INNOVACIÓN

Las Themed Exhibitions, coordinadas por expertos del sector, refuerzan el papel de Macfrut como una feria orientada al conocimiento. Entre las áreas temáticas destacan:

- Acqua Campus, centrada en sistemas innovadores de ahorro de agua
- Plant Nursery, dedicada a las últimas innovaciones en viveros
- Biosolutions & Digital Technologies, sobre protección natural, nutrición y bioestimulación
- Berry Area, centrada en el sector de los berries
- Healthy Food Area, dedicada a productos saludables y mínimamente procesados
- Spices & Herbs Global Expo, sobre plantas medicinales, especias y hierbas
- Agrisolar, centrada en tecnologías agrivoltaicas

La feria contará también con una zona de start-ups con 25 proyectos innovadores procedentes de distintos países y un área Pre-Harvest con dos campos de ensayo de 2.500 m² para mostrar las últimas innovaciones en producción hortofrutícola.

Durante los tres días se celebrarán cerca de 100 eventos, incluidos congresos sobre temas de actualidad como la nueva PAC, técnicas de evolución asistida o el Mediterranean Stone Fruit Symposium.

Make it JUICY



MACFRUT 2026 FRUIT & VEG PROFESSIONAL SHOW

21-23 DE ABRIL DE 2026
RIMINI EXPO CENTRE · ITALIA

Macfrut es el evento imprescindible para la cadena de suministro hortofrutícola italiana e internacional, donde se reúnen los principales compradores, proveedores y líderes del sector. Sumérgete en áreas temáticas dinámicas, descubre las tendencias que marcarán el mañana y accede a oportunidades B2B de alto valor. **Encuentra las soluciones, los clientes y los socios que pueden impulsar tu crecimiento a lo largo de toda la cadena, del campo al consumidor.**



TU ENTRADA GRATUITA

ORGANIZADO POR

CESENA FIERA
info@macfrut.com
macfrut.com

EN COLABORACIÓN CON



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



OpportunItaly
Driving business growth with Italian excellence.

Agrocultivos

Red Sayra y Marisma ‘reinan’ en los campos de fresa onubenses

De acuerdo al estudio del Ifapa sobre distribución varietal, el programa de Fresas Nuevos Materiales destaca esta campaña sobre el resto con un 28,9% de presencia en las explotaciones de cultivo

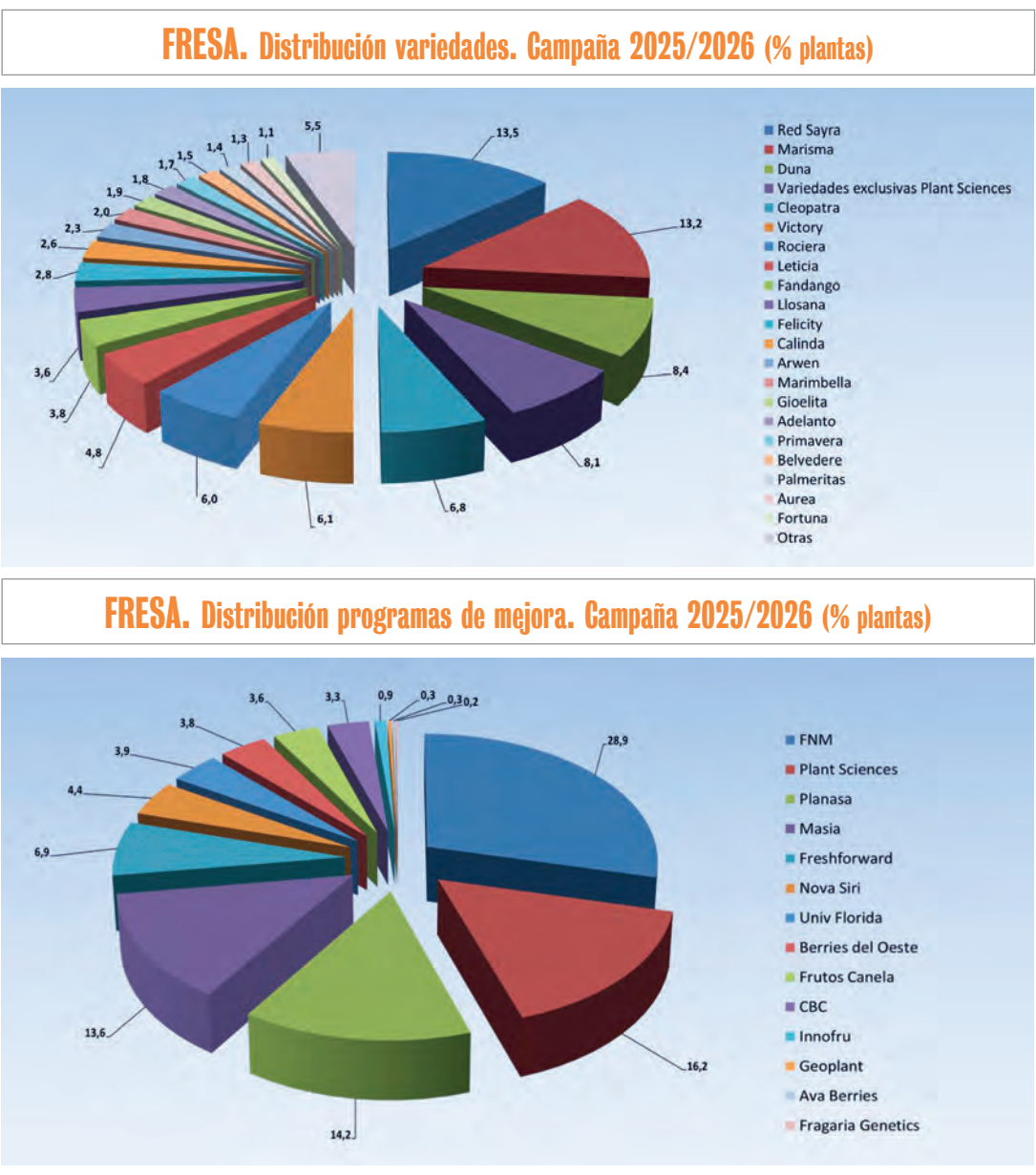
► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.
En presenta campaña fresera 2025/2026, las dos variedades mayoritariamente cultivadas en los campos onubenses han sido Red Sayra (Planasa) y Marisma (Fresas Nuevos Materiales) que suman entre las dos un 26,7%, con una cuota del 13,5% para la primera y del 13,2% para la segunda.

El estudio ‘Estimación de la Distribución Varietal en el Cultivo de Fresa en Huelva. Campaña 2025-2026’, realizado por el Grupo de Fresa del Ifapa refleja el mosaico varietal de las explotaciones onubenses y cómo evoluciona a medida que pasan las campañas.

Este ejercicio, Red Sayra, del programa de Planasa, es la variedad más cultivada esta campaña (13,5%), registrando un incremento del 1,4% con respecto a la pasada campaña, y afianzando su crecimiento observado en los últimos años. Otra variedad de este programa, Red Samantha, baja hasta el 0,7% desde el 1,1% de 2024/2025.

Marisma, variedad del programa Fresas Nuevos Materiales, aparece como la segunda más cultivada en esta campaña con un 13,2% de plantas en producción, un 0,7% más que el año pasado (12,5%), reafirmando la tendencia al alza puesta de manifiesto en las cinco campañas que lleva en cultivo. Analizando las variedades de Fresas Nuevos Materiales, Rociera pasa a tener un 6% de representación, un 1,7% menos que en la campaña pasada (7,7%), marcando un descenso suave en su presencia en los campos onubenses. En las tres campañas anteriores a la pasada Rociera tuvo una cuota del 10,1%, 13,5% y un 16,5%. El informe del Ifapa señala que en la estimación que se publicó el año pasado se constataba la aparición de dos nuevos materiales de este programa, ‘Duna’ (A18) y ‘Ondina’ (A17). La primera variedad ha alcanzado un 8,4% de representación esta campaña, cuando en 2024/2025 apenas alcanzaba el 0,9%. La segunda permanece en valores similares a la campaña pasada, alrededor del 0,2%.

Por otra parte, las variedades exclusivas de Plant Sciences (entre las que destaca Inspire) constituyen la cuarta representación varietal esta campaña, teniendo una presencia en cultivo del 8,1%, algo menos del 8,5% del año pasado. Victory, la otra variedad importante de este programa, baja su presencia hasta el 6,1% en relación al 7,5% de la anterior temporada. La siguiente variedad en importancia de este



FUENTE. GRUPO FRESA IFAPA

programa, Primavera, muestra un 1,7% de presencia, algo menos que el año pasado (1,9%).

En el reparto varietal, Leticia, de Masía Ciscar, ha aumentado su presencia hasta el 4,8% desde el 4,3% de la campaña pasada. La variedad hermana Palmeritas, sin embargo, ha bajado su representación desde el 2,9% hasta el 1,4% en 2025/2026. Por otro lado, y con una tendencia contraria, se encuentra Cleopatra, variedad que en 2023/2024 apenas llegó al 0,9% de cuota, que en 2024/2025 alcanzó el 4% y que en la actual campaña ha subido hasta el 6,8%.

Respecto al programa de la Universidad de Florida, la variedad Fortuna, que había sido mayoritariamente cultivada durante ocho temporadas consecutivas, que la campaña 2023/2024 había sido desplazada (con muy poca diferencia) al segundo lugar, alcanzando el 10,5% de representación, y que el año pasado

Red Sayra, del programa de Planasa, es la variedad más cultivada esta campaña (13,5%), registrando un incremento del 1,4% con respecto al año pasado, y afianza su crecimiento observado en los últimos años

Marisma, variedad del programa Fresas Nuevos Materiales, aparece como la segunda más cultivada con un 13,2% de plantas en producción, un 0,7% más que el año pasado (12,5%)

vio reducido el número de plantas en cultivo de manera importante alcanzando apenas el 2,3%, en la actual campaña apenas si aparece con un 1,1%. De esta manera se confirma la tendencia a la baja observada en los últimos años. Otra variedad de este programa, Felicity, ha subido ligeramente su representación del 2,2%

de la pasada campaña al 2,8% en 2025/2026.

El informe del Ifapa también refleja que la variedad Calinda, del programa de Fresh Forward Inc, continúa bajando lentamente su presencia. En la actualidad este valor es del 2,6%, cuando la pasada campaña fue del 3,4% y la anterior del 4,5%. Por otro lado,

otra variedad de este programa, Fandango, que hizo acto de aparición hace tres campañas, con un 1,2%, y que multiplicó por dos su representación llegando al 2,5%, la campaña 2023/2024, alcanzó el año pasado el 3,2% para situarse en 2025/2026 con un 3,8% de representación en los campos onubenses.

Arwen, del programa de Berries del Oeste, ha bajado al 2,3% esta campaña desde el 4,1% de la temporada 2024/2025. La variedad Aurea, de este mismo programa, que había aparecido la campaña pasada con un 2% de presencia, ha descendido en la actual al 1,3%.

Respecto al programa italiano de Nova Siri Genetics, la variedad Marimbella muestra un 2% de representación en esta campaña, menos de la mitad del valor registrado en la temporada pasada (4,3%). Junto a esta aparece otra variedad, Gioelita, que el año pasado alcanzó el 2,6% de presencia, y que este año se ha quedado en el 1,9%.

En el documento correspondiente a la campaña 2024/2025, que se publicaba hace un año, se hacía referencia a dos nuevas variedades (que realmente eran tres), de dos programas de mejora diferentes, que aparecían por primera vez en los campos onubenses. Una de ellas era la variedad Llosana, de un nuevo programa con raíces totalmente onubense, Frutos Canela. Llosana apareció por primera vez el año pasado con una representación del 2,3%; y en este ejercicio esa representación ha subido hasta el 3,6%. La otra variedad era Adelanto, del programa California Berry Cultivars, que en esta su primera campaña tenía un 2,1% de presencia y esta temporada ha bajado hasta el 1,8%. La tercera variedad es Belvedere, del mismo programa que Adelanto, que la campaña pasada sólo llegó al 0,8% pero que en la actual ha alcanzado el 1,5%.

PROGRAMAS DE MEJORA GENÉTICA

El estudio realizado por el Grupo de Fresa del Ifapa también muestra la cuota de mercado de los principales programas de mejora genética con influencia en Huelva.

Esta campaña destaca sobre el resto el programa de Fresas Nuevos Materiales con un 28,9% de presencia en los campos de cultivo, como ya también lo hacía la campaña pasada (22,7%), y la anterior (23,2%), siguiendo así la línea de estabilidad que lo

(Pasa a la página 9)



El programa de Fresas Nuevos Materiales lidera la representatividad en las explotaciones freseras onubenses. / FNM

“Red Sayra ...”

(Viene de la página 8)

caracteriza desde finales de la pasada década.

El segundo programa en importancia este año es el de Plant Sciences con un 16,2%, un 2,3% menos del que presentaba en 2024/2025 (18,5%) y con valores muy parecidos a los que mostró en 2023/2024 (16,7%).

Planasa presenta en la actual campaña valores muy parecidos a los que se registraron en la pasada. En 2025/2026 se ha reportado un 14,2% de presencia, mientras en 2024/2025 fue del 14%. Este 14,2% mantiene a

este programa como el tercero en importancia.

El cuarto programa en orden de representatividad es el de Masiá Ciscar, que alcanza en esta campaña 2025/2026 el 13,6%, un 2,1% más que la campaña pasada (11,7%).

El siguiente programa en importancia este año es el de Fresh Forward Inc, que se mantiene prácticamente con los mismos valores (6,9%) que se registraron en 2024/2025 (7%). Este programa se mantiene muy estable en su presencia en los campos de Huelva, como corroboran los datos de la campaña 2023/2024 (7,1%), 2022/2023 (7,2%), y 2021/2022 (6,9%).

Este año han sido 14 las empresas que tienen variedades en producción frente a las 16 del año pasado

El programa italiano de Nova Siri Genetics presenta esta campaña una bajada importante del 7,8% de 2024/2025 al 4,4% del actual ejercicio.

La Universidad de Florida, con su programa de mejora de fresas, muestra una nueva bajada de representación llegando en esta campaña al 3,9% de presencia frente al 4,5% de 2024/2025.

En esta temporada se constata también un cambio de tendencia en el programa de Berries del Oeste. Si el año pasado se registró una subida que alcanzó el 7%, algo más de un 2% que el año anterior (4,9%), en esta campaña la presencia ha bajado hasta el 3,8%.

Siguiendo con el orden de representatividad, los dos nuevos programas que aparecieron el año pasado se muestran en 2025/2026 con una presencia más alta que en 2024/2025. Frutos Canela pasa del 2,3% al 3,6% y California Berry Cultivars del 2,8% al 3,3%.

Los programas con menos del 1% de presencia de los que se ha recibido información por parte de las empresas han sido Innofru, con un 0,9% de presencia (1% en 2024/2025); Geoplant Vivai con un 0,3%, igual que el año pasado; Ava Berries, también con una presencia del 0,3% (0,1% en 2024/2025); y Fragaria Genetics, con una representación testimonial de apenas el 0,2% (0,1% en 2024/2025).

En relación al apartado de análisis de los diferentes programas, el Grupo de Fresa del Ifapa señala que se ha detectado un cambio de tendencia con respecto al incremento en el número de empresas de mejora genética interesadas en desarrollar variedades adaptadas a Huelva, que había sido lo habitual en un buen número de campañas atrás. De hecho, este año han sido 14 las empresas que tienen variedades en producción, con un mínimo de representatividad, mientras el año pasado eran 16. Como consecuencia se ha detectado una ligera bajada en el número de variedades de las que se ha registrado su cultivo.

El aguacate valenciano crece a un ritmo de 300 hectáreas al año

Esta temporada se estima que el volumen de cosecha superará las 30.000 toneladas

► ÓSCAR ORZANCO. VALENCIA.

El aguacate valenciano se ha convertido en un cultivo alternativo a las producciones mayoritarias de la Comunitat. Los datos constatan una tendencia positiva, y el interés que ha despertado esta fruta en la agricultura de esta zona se traduce en que la superficie mantiene un crecimiento sostenido de unas 300 hectáreas al año, y ya hay 4.200 hectáreas en producción. De mantenerse este comportamiento, la superficie podría duplicarse en los próximos años, consolidando al aguacate como uno de los cultivos emergentes más dinámicos del territorio.

Muchos agricultores han decidido apostar por un producto con potencial, rentable y con un futuro prometedor sustentado en una demanda en auge. Actualmente, el 90% del aguacate que consume Europa es importado, lo que evidencia el amplio margen de crecimiento para la producción nacional y valenciana.

Recientemente, durante la presentación de la renovada marca de promoción ‘Aguacate Valenciano’, Alejandro Meliá, secretario general de Asoproa y uno de los pioneros en este cultivo en la Comunitat Valenciana, impartió una ponencia técnica bajo el título ‘Aguacate valenciano: calidad y territorio’, en la que ofreció algunas pinceladas sobre el desarrollo de este cultivo.

Para conocer el momento que atraviesa el aguacate valenciano, Meliá destacó los datos de crecimiento que está experimentando la superficie de cultivo y explicó que, “obviamente, la producción también sigue la misma tendencia. De 1.000 toneladas en 2015 se ha pasado a 25.000 en el ejercicio 2024. El crecimiento es sostenido y para esta temporada se estima que ya se superarán las 30.000 toneladas de producción”.

El secretario general de Asoproa indicó que “en la Comunitat Valenciana se está comenzando a cultivar aguacate por necesidad. En frutas como los cítricos o el kaki se está atravesando unos años bastante duros. Se constata un descenso de la rentabilidad

en los cultivos tradicionales, y, de forma paralela, el consumo de frutas como el aguacate aumenta de forma exponencial a nivel mundial. En este contexto, los agricultores valencianos comenzaron a producir aguacate y este cultivo, hasta la fecha, está funcionando de forma satisfactoria, tanto en producción como en rentabilidad”.

Alejandro Meliá explicó que las condiciones para desarrollar este cultivo en la Comunitat Valenciana son propicias, con un clima mediterráneo cálido. Por ello, esta producción se está implantando en toda la costa de Castellón y Valencia, en zonas libres de heladas. En Alicante resulta más complicado por las características de suelo y agua.

“El calendario del aguacate en la Comunitat Valenciana se extiende desde octubre, con variedades de piel fina como Bacon, noviembre y diciembre con Maluma, y se continúa con Hass hasta el mes de marzo. Y en esas fechas entraría la variedad estrella en la Comunitat Valenciana: Lamb Hass”, explicó Meliá.

Sobre los aspectos diferenciales del aguacate valenciano, el secretario general de Asoproa apuntó que “se trata de una fruta de proximidad. Desde que se recolecta hasta que llega al consumidor pueden pasar tres o cuatro días, mientras que el producto que llega de Sudamérica soporta 30 días de viaje. Además, cultivado bajo las normas de la Unión Europea se produce un aguacate saludable, con bajo impacto medioambiental y, de momento, la incidencia de plagas y enfermedades es muy baja. Por lo tanto, el impacto de productos fitosanitarios es mínimo y casi se puede hablar de un aguacate ecológico 100%”.

Gracias al auge de los últimos años, y las cualidades que lo distinguen, el aguacate valenciano es un producto reconocido en Europa, con unas exportaciones que alcanzaron los 33,5 millones de euros en 2024, y con la Unión Europea como destinatario del 93,9% de las ventas, especialmente países como Francia, Países Bajos y Alemania.



La Comunitat Valenciana ya cuenta con 4.200 hectáreas en producción. / ARCHIVO

Un escenario varietal cambiante cada campaña

La elección de la variedad a plantar cada campaña sigue siendo uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en el cultivo de la fresa. La búsqueda de la composición varietal más interesante, más ventajosa y, si es posible más singular y propia, es un objetivo perseguido por los productores, especialmente por los más importantes. Ello conlleva una tendencia a modificar el escenario varietal de una campaña a otra.

Hasta la campaña 2021/2022, las dos variedades más cultivadas (Fortuna y Rociera) ocupaban una parte importante del total, en concreto un 47,6%, aunque este predominio se había ido debilitando en años anteriores, ya que en la campaña 2020/2021 sumaron el 56,7%, en la 2019/2020 el 61,8% y en la campaña 2018/2019 un 75,4% del total de las plantas en producción. En la campaña 2022/2023 este valor bajó de manera importante, de tal manera que la suma de estas dos variedades fue de un 29,6%, y en la campaña 2023/2024 las dos variedades más cultivadas ya no fueron Fortuna y Rociera, sino que lo fueron Marisma y Fortuna, y entre las dos alcanzaron el 21,2% de las plantas en cultivo, 10,7% para la primera y 10,5% para la segunda.

En 2024/2025, las dos variedades mayoritariamente cultivadas fueron Marisma y Red Sayra que sumaron entre las dos un 24,6%, con un 12,5% para la primera y un 12,1% para la segunda. Son las mismas variedades que lideran en la actual campaña, en esta ocasión sumando un 26,7%, con un 13,5% para Red Sayra y un 13,2% para Marisma.

Siguiendo el mismo criterio que se ha seguido en campañas atrás, las variedades citadas en el informe del Grupo de Fresa del Ifapa son aquellas que al menos tienen un 1% de participación. Realizando un análisis más detallado de las cinco campañas anteriores, se observa una clara tendencia a la baja del número de variedades que están entre el 1% y el 1,5% de representación. Así, en la campaña 2020/2021 suponían algo más de la mitad y en la actual campaña menos de la sexta parte. Por otro lado, analizando lo que ocurre entre las variedades que se encuentran entre el 1,6% y el 10% de participación, se constata una subida uniforme, año a año, desde la campaña 2020/2021, con un tercio de las variedades en este intervalo. En la campaña pasada sumaron tres cuartos de las variedades. Sin embargo, en esta campaña 2025/2026 parece que se frena esta tendencia, en tanto que repiten exactamente los mismos valores que en 2024/2025. ■

Agrodistribución

Los supermercados reclaman menos IVA y apoyo fiscal ante el impacto económico de la guerra

Asedas pide certidumbre regulatoria para reforzar la confianza del consumidor y advierte de posibles impactos en los costes, el consumo y la cadena de suministro

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La patronal de supermercados Asedas ha reclamado apoyo fiscal y una reducción del IVA como medidas clave para reforzar la confianza de los consumidores ante la incertidumbre económica generada por el conflicto en Oriente Medio, al tiempo que ha asegurado que el sector de la distribución alimentaria actuará “con gran responsabilidad” si la situación deriva en una nueva crisis. Así lo manifestó el director general de Asedas, Ignacio García Magarzo, durante una jornada organizada por la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y el grupo de distribución IFA, en la que insistió en la necesidad de reducir cargas regulatorias y ofrecer mayor estabilidad



Menos IVA en los alimentos no minaría la capacidad de compra del consumidor. / VF

al tejido empresarial. En este sentido, reclamó “una vez más, menor coste de regulación, certidumbre, seguridad jurídica y apoyo fiscal”.

En relación con el IVA de los alimentos —cuya supresión defendió recientemente el presidente de Mercadona, Juan Roig—,

García Magarzo señaló que los impuestos al consumo incrementan de forma significativa la recaudación pública cuando suben los precios, por lo que consideró necesario devolver esos ingresos a la sociedad para reforzar la confianza y la capacidad de compra de los ciudadanos.

El responsable de Asedas advirtió de que, si el eventual bloqueo del Estrecho de Ormuz desemboca en una crisis económica, esta sería la duodécima que afronta la distribución alimentaria desde 2008. No obstante, subrayó la capacidad demostrada por el sector para adaptarse a escenarios complejos marcados por dificultades económicas, incrementos de costes, fenómenos climáticos y crisis sanitarias.

García Magarzo destacó la flexibilidad mostrada por empresas y trabajadores en momentos difíciles y recordó que la distribución alimentaria mantuvo precios estables durante dos décadas, hasta 2021, con incrementos puntuales. Tras afrontar situaciones “inéditas” como la crisis de materias primas y energética entre 2021 y

2024, aseguró que el sector volverá a actuar con responsabilidad si se repite un escenario similar.

■ INCERTIDUMBRE ECONÓMICA

Durante la jornada, la socia directora de AFI, María Romero, señaló que la demanda de alimentos se mantiene como un elemento “muy resiliente” incluso en contextos económicos complejos, lo que contribuye a la generación de empleo en el sector. Romero apuntó que algunos productos podrían verse comprometidos si se prolonga el cierre del Estrecho de Ormuz y alertó del posible incremento de los costes laborales como efecto indirecto de una crisis prolongada. Por su parte, la directora de Relaciones Laborales de CEOE, Rosa Santos, afirmó que las empresas han demostrado una notable capacidad de resiliencia, aunque actualmente afrontan dificultades relacionadas con la repatriación de trabajadores desde la región del Golfo y con disrupciones en la cadena de suministros, como ocurre en el caso de los fertilizantes.

En cuanto a la evolución de los precios, Santos señaló que el incremento registrado hasta el momento no resulta todavía lo suficientemente preocupante como para comprometer la cadena logística, si bien la patronal mantiene un seguimiento constante de la evolución de la crisis internacional.

Mercadona eleva su beneficio neto hasta los 1.729 millones y aumenta un 8% sus ventas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Mercadona, según ha compartido en un comunicado emitido tras la celebración de la rueda de prensa de comunicación de resultados celebrada en el Centro de Coinnovación de Paterna, ha incrementado en 2025 sus ventas consolidadas un 8%, hasta alcanzar los 41.858 millones de euros. De este total, 39.766 millones corresponden al negocio de España y los 2.092 restantes al de Portugal, donde Mercadona cuenta con 69 tiendas del total de 1.672 que conformaban la red de supermercados de la compañía. Asimismo, ha mejorado sus ventas en volumen, con un crecimiento del 4% en kilos (kilos-litros), hasta los 15.067 millones.

“Este incremento de ventas en volumen y en euros ha sido posible gracias a “El Jefe”, que cada día confía más en la compañía para hacer su compra total, como refleja el incremento de +0,6 puntos de cuota de mercado, hasta el 28,5%, al esfuerzo de las 115.000 personas para ofrecer una gran experiencia de compra, y a los 2.000 proveedores, que han reforzado su compromiso con la mejora de calidad para tener un surtido cada vez más eficiente”, según afirman desde la compañía.

■ TRABAJADORES

Mercadona continúa con la adopción de iniciativas para consolidar una plantilla con empleo estable y de calidad tras incorporar 5.000 nuevos empleados. La compañía ha cerrado el año con una plantilla de 115.000 personas, 107.500 en España y 7.500 en Portugal. De hecho, la rueda de prensa ha girado alrededor de los empleados con el eslogan “Trabajadores 100% satisfechos”.

En esta línea, ha incluido la mejora de la jornada laboral, con una semana más de vacaciones, la consolidación de poder adquisitivo, con el incremento de IPC, o su política de retribución variable, con el reparto de 780 millones de euros en primas por objetivos, concretamente dos mensualidades a los trabajadores con menos de 4 años y tres mensualidades a los que superan esta antigüedad (70% de la plantilla) y que recibieron en el mes de febrero 7.250 €/netos, incluyendo en esta cantidad su salario mensual.

■ MÁS PRODUCTIVIDAD Y MEJOR GESTIÓN

Según afirman desde la compañía, “el desempeño y compromiso de los 115.000 trabajadores se ha traducido en unos excelentes resultados, con un incremento

del 4% de la productividad, del 16% en la gestión de pedidos en tiendas, y del 4% en eficiencia energética, ha llevado a Mercadona a obtener su mejor dato histórico de rentabilidad, un 4,5% de beneficio sobre venta neta”.

Todo ello ha elevado el beneficio neto de la compañía a 1.729 millones de euros, un 25% más que en 2024, de los cuales, según explican las mismas fuentes, 172 millones de euros son fruto de la gestión realizada en su tesorería. En cuanto al reparto de estos beneficios, la compañía ha decidido destinar de nuevo un 80% de este beneficio (1.383 millones) a reinversiones, con el objetivo de dotar de mayor solidez a la empresa, mientras que el 20% restante (346 millones) lo reparte entre sus accionistas vía dividendos.

■ INVERSIONES DE LOS PROVEEDORES

Mercadona va a invertir en los próximos años 3.700 millones de euros para transformar sus supermercados en lo que han denominado “Tienda 9”, modelo que gestionará por procesos en lugar de por negocios, con más espacio para los productos frescos, y una compra más ágil y sencilla para los “Jefes”, incrementado la productividad, rentabilidad y



La compañía valenciana ha incorporado 5.000 nuevos trabajadores mientras incrementaba un 25 por ciento su beneficio. / MERCADONA

eficiencia. Entre las principales novedades, este modelo optimiza los procesos de corte, cocción y envasado, unificándolos en una sola zona denominada Obrador Central, que genera un ahorro del 10% en energía y un 40% en agua. Además, incluye una actualización técnica de la sala de máquinas.

■ TRABAJADORES

El incremento de ventas y la exigencia por la calidad han llevado a los proveedores e interproveedores especialistas de la compañía a incrementar sus inversiones un 31%, hasta los 1.700 millones de euros. Con ello, han seguido contribuyendo a dinamizar la industria agroalimentaria de España y Portugal a través de la puesta en marcha de nuevas fábricas, la modernización y ampliación de las existentes, además de la tecnificación de las explotaciones agrícolas y ganaderas para ser cada vez más competitivos. Este clúster industrial, que crece año

tras año, ha vuelto a confirmar también en 2025 su compromiso con la generación de empleo, tal y como demuestran los más de 5.200 nuevos puestos de trabajo creados, según destacan desde Mercadona.

■ PREVISIÓN 2026

La compañía prevé invertir más de 1.000 millones de euros en el presente ejercicio para, “además de continuar evolucionando su modelo de supermercado hacia la Tienda 9, ampliar y reformar sus bloques logísticos e impulsar de forma decidida su innovación tecnológica, con la apertura de nuevas Colmenas y la implantación de aplicaciones y herramientas informáticas para mejorar los distintos procesos clave de la compañía”, aseguran.

Asimismo, prevé crear más de 1.000 puestos de trabajo e incrementar un 3,5% sus ventas, hasta alcanzar los 43.200 millones de euros, y consolidar un beneficio similar al del último ejercicio.

Agroecotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 2 al 8 de marzo de 2026, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	1,10
Otras Variedades.....	3,17
Cereza Otras Variedades.....	7,85
Chirimoya Otras Variedades.....	5,08
Ciruela Otras Familia Black.....	3,11
Coco Otras Variedades.....	1,00
En Seco.....	1,00
Dátil Medjoul.....	8,25
Otras Variedades.....	7,28
Frambuesa Otras Variedades.....	3,50
Fresón Candonga.....	6,50
Otras Variedades.....	3,83
Granada Grano de Elche o Mollar.....	2,30
Higo Seco.....	11,39
Kiwi Pulpa Verde.....	1,90
Kiwigold.....	5,00
Otras Variedades.....	2,65
Lima Mejicana.....	1,65
Otras Variedades.....	2,73
Limón Fino o Primafiori.....	0,60
Verna.....	1,63
Mandarina Ortanique.....	1,99
Otras Variedades.....	2,18
Mango Otras Variedades.....	1,85
Manzana Golden.....	1,05
Fuji.....	1,55
Royal Gala.....	1,35
Pink Lady.....	2,00
Melón Piel de Sapo.....	1,50
Naranja Otras Variedades.....	0,80
Lane Late.....	1,00
Navel Late.....	0,77
Valencia Late.....	1,05
Navel.....	0,72
Nectarina Carne Blanca.....	2,71
Níspero Otras Variedades.....	3,50
Algerie o Argelino.....	1,50
Nuez.....	3,14
Papaya o Papayón.....	2,55
Otras Variedades.....	3,22
Pera Conferencia.....	1,45
Otras Variedades.....	2,14
Ercolini / Morettini.....	/S/C
Agua o Blanquilla.....	/S/C
Piña Golden Sweet.....	1,40
Africana.....	1,43
Otras Variedades.....	1,36
Pitahaya Roja.....	4,50
Amarilla.....	/S/C
Plátano Americano o Banana.....	1,10
Otras Variedades.....	1,05
De Canarias 1ª.....	1,05
De Canarias 2ª.....	0,56
Macho.....	2,10
Otras Variedades.....	1,54
Extra.....	1,49
Pomelo Amarillo.....	0,70
Otras Variedades.....	/S/C
Resto de Frutas.....	6,96
Sandía Otras Variedades.....	2,08
Sin Semilla.....	/S/C
Tamarindo.....	/S/C
Uva Blanca Otras Variedades.....	1,40
Red Globe.....	3,80
Sin Semilla Blanca.....	4,29
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,80
Hojas Rizadas Lyon.....	0,90
Ajo Otras Variedades.....	3,91
Tierno o Ajete.....	3,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,80
Violeta.....	0,81
Apio Verde.....	0,90
Apionabo.....	0,85
Berenjena Morada.....	3,72
Otras Variedades.....	2,39
Boniato o Batata.....	1,48
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,50
Torre o Romanescu.....	0,38
Calabacín Verde.....	1,63

Blanco.....	/S/C
Otras Variedades.....	0,75
Calabaza De Verano.....	0,70
Otras Variedades.....	0,75
De Invierno.....	/S/C
Cardo.....	0,90
Cebolla Tierna.....	4,00
Otras Variedades.....	0,80
Morada.....	/S/C
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	1,29
Calçots.....	0,33
Recas y Similares.....	0,70
Grano de Oro.....	0,60
Chirivía.....	1,20
Col de Hojas Lisas.....	0,40
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,70
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Otras Variedades.....	0,70
Coliflor.....	1,20
Endivia.....	1,40
Escarola Otras Variedades.....	0,40
Espárrago Vede o Triguero.....	3,36
Espinaca.....	1,00
Guisante.....	3,00
Haba Verde o Habichuela.....	1,81
Hinojo.....	/S/C
Hortalizas IV Gama.....	4,15
Jengibre.....	1,80
Judía Verde Perona.....	10,24
Verde Fina.....	5,74
Lechuga Cogollo.....	1,70
Hoja de Roble.....	2,20
Iceberg.....	1,80
Romana.....	0,85
Otras Variedades.....	0,15
Lollo Rosso.....	2,10
Maíz o Millo.....	1,05
Nabo.....	1,00
Ñame o Yame.....	/S/C
Pepino Corto o tipo Español.....	0,62
Largo o Tipo Holandés.....	/S/C
Otras Variedades.....	2,45
Perejil.....	0,80
Pimiento Verde Italiano.....	2,26
Otras Variedades.....	4,83
Rojo Lamuyo.....	2,50
Rojo Najerano.....	/S/C
Verde Padrón.....	/S/C
Amarillo California.....	/S/C
Puerro.....	3,50
Rábano y Rabanilla.....	/S/C
Remolacha Común o Roja.....	1,00
Resto de Hortalizas.....	0,80
Seta Champiñón.....	3,75
Otras Variedades.....	4,56
Tomate Daniela / Long Life / Royesta.....	1,65
Asurcado Verde Raf.....	1,96
Liso Rojo Rama.....	1,60
Cherry.....	/S/C
Otras Variedades.....	1,00
Liso Rojo Pera.....	2,01
Liso Verde Rambo.....	1,92
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,50
Zanahoria Nantesa.....	0,80
En Rama.....	1,00
Otras Variedades.....	0,70

PATATAS	Euros/kg
Blanca Ágata (Grael).....	/S/C
Blanca Ágata (Confecc).....	/S/C
Blanca Agria (Grael).....	0,76
Blanca Agria (Confecc).....	/S/C
Blanca Caesar (Grael).....	/S/C
Blanca Claustar o Primor (Grael).....	2,90
Blanca Monalisa (Grael).....	0,90
Roja Otras Variedades (Grael).....	1,50
Blanca Spunta (Grael).....	1,00
Bonita Colorada (Grael).....	2,30
Blanca Otras Variedades (Grael).....	0,73

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 12 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

Pomelo.....	1,30
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.....	21,00
Grosellas.....	26,00
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.....	18,50
Hoja de Roble.....	2,00
Nectarina Blanca.....	1,50
Amarilla.....	1,90
Níspero.....	2,80
Nueces.....	8,00
Olivas.....	1,80
Nabo.....	3,25
Papayas.....	1,50
Pera Blanquilla.....	4,50
Verano.....	1,50
Invierno.....	1,00
Temprana.....	1,15
Piña.....	6,00
Pitahaya.....	1,60
Plátanos Canario.....	0,98
Importación.....	1,50
Manzana Bicolor.....	1,50
Amarilla.....	1,50
Verde.....	1,50
Roja.....	1,40
Otras.....	4,25-5,00
Melocotón Amarillo.....	4,30
Rojo Pulpa Blanca.....	1,20
Rojo Pulpa Amarilla.....	3,00
Ciruela.....	2,60
Uva Blanca.....	3,50
Negra.....	3,50
Rambután.....	18,00
Sandía Con semilla.....	1,60
Sin semilla.....	1,60
Naranja.....	1,30
Chirimoya.....	4,50
Otras Frutas.....	0,90

HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	2,00
Redonda.....	1,80
Ajo Seco.....	3,50
Tierno.....	1,00
Apio.....	0,60
Acelgas.....	0,70
Batata.....	1,20
Borrajá.....	0,60
Brócoli.....	0,90
Brécol.....	1,80
Calçots.....	0,18
Calabaza.....	0,60
Calabacín.....	1,20
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	0,90
Cebolla Seca.....	0,40
Figueras.....	1,20
Tierna.....	1,10
Pepino.....	1,50
Col Repollo.....	0,90
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.....	0,90
Espárragos Blancos.....	6,00
Verdes.....	4,00
Espinaca.....	0,90
Haba.....	2,20
Hinojo.....	1,05
Perejil.....	0,60
Judía Bobi.....	7,50
Perona.....	8,50
Fina.....	4,50
Otras.....	2,25
Nabo.....	1,30
Zanahoria.....	0,75
Patata Blanca.....	0,40
Temprana.....	0,55
Roja.....	0,45
Pimiento Lamuyo.....	2,50
Verde.....	2,00
Rojo.....	1,80
Guisante.....	4,50
Puerro.....	0,90
Rábano.....	0,60
Remolacha.....	1,10
Tomate Maduro.....	2,10
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 10 al 13 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	/S/C
Fresones.....	4,25-5,00
Limones.....	1,40
Manzana Golden.....	1,10
Roja.....	/S/C
Naranja Navel.....	1,00
Pera Blanquilla.....	1,70
Passacrassana.....	/S/C
Piñas.....	1,40-1,50
Plátanos.....	1,60
Pomelos.....	1,25

HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	2,00
Lechuga.....	0,54
Cebolla.....	0,58
Coliflor.....	0,90-0,95
Judías Verdes Perona.....	/S/C
Patatas Calidad.....	0,36
Primor.....	0,70
Pimientos Verdes.....	/S/C
Tomate Maduro.....	2,20
Tomate Verde.....	2,90
Zanahorias.....	0,75

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 9 al 13 de marzo de 2026, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	4,95
Fuerte.....	4,95
Otras Variedades.....	3,45
Ciruela Otras Familia Black.....	3,20
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	10,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	4,58

Guayaba Otras Variedades.....	3,93
Higo Chumbo.....	4,94
Kaki Otras Variedades.....	3,20
Kiwi Kiwigold.....	5,45
Pulpa Verde.....	4,45
Limón Fino o Primafiori.....	1,60
Otras Variedades.....	1,60
Verna.....	1,60
Mandarina Clemenlate.....	1,80
Ortanique.....	1,80
Clemenvilla o Nova.....	1,79
Manzanas Fuji.....	2,05
Golden.....	2,05
Royal Gala.....	1,90
Granny Smith.....	1,80
Otras Variedades.....	2,05
Starking o Similares.....	1,94
Reineta.....	2,35
Melocotón Merryl y Elegant Lady.....	2,20
Melón Piel de Sapo.....	4,45
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.....	4,50
Carne Amarilla.....	4,50
Níspero Algerie.....	4,45
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,75
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,76
Pera Conferencia.....	2,03
Ercolini / Morettini.....	2,70
Otras Variedades.....	2,85
Limonera.....	2,15
Piña Golden Sweet.....	9,85
Plátanos Canarias Primera.....	1,06
Canarias Segunda.....	0,95
Extra.....	1,55
Pomelo Rojo.....	1,41
Amarillo.....	1,39
Sandía Sin Semilla.....	4,45
Uva Blanca Otras Variedades.....	4,45
Negra Otras Variedades.....	4,20
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
Amarillento.....	1,65
Berenjena Morada.....	1,17
Berros.....	2,45
Boniato o Batata.....	1,95
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	3,95
Calabacín Blanco.....	3,09
Verde.....	1,95
Calabaza De Verano.....	1,12
De Invierno.....	1,13
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	1,55
Morada.....	1,15
Recas.....	1,15
Col China o Pekinensis.....	0,85
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,99
Repollo Hojas Rizadas.....	0,78
De Bruselas.....	/S/C
Coliflor.....	3,22
Endivia.....	2,25
Escarola Rizada o Frisée.....	2,63
Espárrago Verde o Triguero.....	2,40
Blanco.....	3,45
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	6,95
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby.....	5,69
Verde Otras Variedades.....	6,05
Verde Elda.....	5,90
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	1,10
Maíz o Millo.....	1,09
Nabo.....	0,55

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agriucultura, Ganadería y Pesca, durante el período comprendido del 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 practicamente 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.

Pepino Largo o Tipo Holandés.....	1,43
Tipo Español	S/C
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,55
Rojo Lamuyo.....	2,74
Verde Italiano.....	2,37
Verde Padrón.....	3,95
Otras Variedades.....	2,35
Puerro	1,47
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	1,72
Liso Rojo Canarias.....	1,75
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,44
Jengibre	4,35
Ñame.....	5,05
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	1,55
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,55
Blanca Spunta.....	1,61

Mercavalència

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 de marzo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Fresones	4,00-5,00
Limones.....	0,90
Manzana Golden.....	0,80
Starking.....	0,70
Naranja Navel.....	0,90
Pera Blanquilla.....	1,70
Piñas	1,25
Plátanos	1,50
Pomelos.....	1,40
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	S/C
Lechuga.....	1,00
Cebolla.....	0,55
Coliflor	1,00-0,90
Judías Verdes Perona	8,00-7,00
Patatas Calidad.....	0,50
Primor.....	0,70
Pimientos Verdes.....	S/C
Tomate Maduro	0,70
Tomate Verde	1,80
Zanahorias.....	0,70

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 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	3,96
Limones.....	1,50

Mandarinas	S/C
Manzana Golden	1,85
Starking	1,60
Roja	S/C
Naranja Navel.....	0,95
Pera Blanquilla.....	2,23
Passacrassana	S/C
Piña	1,43
Plátanos	1,46
Pomelos.....	1,40
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	2,47
Lechuga.....	0,77
Cebolla.....	0,60
Coliflor	0,60
Judías Verdes Perona	4,90
Patatas Calidad.....	0,35
Comunes	S/C
Primor.....	0,90
Pimientos Verdes.....	S/C
Tomate Maduro	S/C
Tomate Verde.....	1,54
Zanahorias.....	0,75

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 9 de marzo de 2026, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate Fuerte.....	3,50
Hass	2,80
Otras Variedades	2,60
Cereza Otras Variedades	8,00
Chirimoya Otras Variedades	4,00
Ciruela Otras Familia Black.....	2,50
Golden Japan y Songold	3,00
Coco en Seco	0,95
Datil Deglet Nour	3,75
Medjooul	9,00
Otras Variedades	3,60
Fisalis Otras Variedades	5,50
Fresón Otras Variedades.....	4,50
Granada Mollar.....	4,50
Grosella Roja.....	S/C
Guayaba o Cas.....	3,75
Otras Variedades	3,50
Higo Chumbo.....	6,00
Seco	5,00
Kaki Rojo Brillante o Persimón	4,00
Kiwi Pulpa Verde	3,80
Otras Dulce	7,50
Otras Variedades	3,20
Lima Mejicana.....	3,50
Otras Variedades.....	4,00
Limón Fino o Primafiori	0,65
Verna	0,75
Mandarina Hernandina	1,50
Otras Variedades	1,80
Ortanique.....	1,30
Mango Haden.....	3,00
Tommy Atkins	2,80
Otras Variedades	2,60
Manzana Golden	1,30
Starking o Similares.....	1,40
Granny Smith	1,70
Royal Gala.....	1,60
Fuji.....	1,40

Pink Lady	1,90
Verde Doncella.....	2,50
Reineta	1,50
Melocotón Otras Variedades	3,25
Melón Piel de Sapo	1,60
Galia	S/C
Membrillo Común.....	S/C
Naranja Navel Late	0,60
Lane Late	0,80
Otras Variedades.....	0,85
Nectarina Otras Variedades.....	3,25
Nuez Nacional.....	3,75
Papaya Otras Variedades.....	2,50
Pera Ercolini / Morettini	3,50
Conferencia.....	1,50
Agua o Blanquilla	2,00
Limonera	S/C
Piña Africana.....	1,10
Golden Sweet	1,30
Pitaya Amarilla	6,00
Plátano de Canarias Extra	1,35
De Canarias 1	1,20
De Canarias 2	1,10
Otras Variedades	0,90
Americano o Banana	1,05
Macho	2,00
Pomelo Rojo.....	1,30
Otras Variedades.....	S/C
Rambután	7,50
Sandía Sin Semilla.....	1,25
Uva Sin Semilla Negra.....	4,50
Sin Semilla Blanca	4,75
Tamarindo	4,50

HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Lisas Verde	0,85
Ajo Blanco.....	3,80
Tierno o Ajete	4,50
Morado	3,60
Otras Variedades	3,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,10
Otras Variedades	0,75
Apio Verde	0,85
Amarillento	0,80
Berenjena Morada	2,00
Otras Variedades	2,40
Boniato o Batata.....	0,95
Brocolo o Brocoli o Brecol	1,60
Calabacín Verde	2,00
Blanco	2,20
Calabaza de Verano	1,25
De Invierno	4,50
Otras Variedades	1,10
Cardo	1,80
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,70
Babosa	0,55
Morada	0,90
Recas y Similares.....	1,65
Blanca Dulce de Ebro.....	1,65
Francesa o Echalote	1,80
Otras Variedades	0,55
Tierna.....	0,80
Chirivía	1,80
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	0,55
De Bruselas	S/C
De Hojas Lisas.....	S/C
Coliflor	1,40
Endivia	3,00
Escarola Rizada o Frisée	1,20
Lisa	1,30
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,35
Guindilla Verde.....	3,80
Roja	4,20
Guisante	6,00
Haba Verde o Habichuela.....	2,00
Judía Verde Fina	9,00
Verde Bobby	6,00
Verde Perona	5,00
Laurel	0,90
Lechuga Romana	0,55
Iceberg	0,65
Cogollo	1,20
Hoja de Roble	1,30
Lollo Rosso	1,30
Otras Variedades	0,30
Maíz o Millo	1,50
Nabo	1,80
Pepino Corto o Tipo Español	2,90
Perejil	1,20
Pimiento Verde Italiano	2,70
Rojo Lamuyo.....	3,40
Amarillo Tipo California.....	2,00
Verde Cristal	S/C
Rojo California	3,00
Verde Padrón	6,00
Noras Secas	20,00
Puerro	0,95
Rábano y Rabanilla	1,60
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	2,00
Liso Rojo Rama	2,50
Liso Rojo Pera	2,10
Cherry	2,50
Liso Verde Rambo	2,15
Liso Rojo Tipo Canario.....	1,90
Asurcado Verde Raf.....	6,00
Liso Verde Mazarrón	12,10
Kumato	3,80
Otras Variedades.....	2,50
Muchamiel	S/C
Zanahoria en Rama.....	1,30
Nantesa	0,90
Jengibre	4,50
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.....	0,65
Blanca Liseta Confecc	0,70
Nuevas	0,80
Blanca Spunta Confecc	0,70
Blanca Agria Granel	0,70
Blanca Agria Confecc	0,65
Roja Otras Variedades Granel.....	0,60
Roja Otras Variedades Confecc	0,65

Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 5 de marzo de 2026. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS Euros/Kg	
Marcona	6,06
Largueta.....	5,49
Comuna	5,00
Ferragnes	5,27
Garrigues	5,31
Guara	5,10
Ramillete.....	5,27
Comuna Ecológica	6,57

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 al 15 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.....	0,98
Achicoria	6,50
Aguacate Fuerte	3,88
Hass	3,76
Otras Variedades	3,90
Ajo Morado	3,76
O.V.....	5,86
Tierno o Ajete.....	10,56
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,33
Almendra.....	4,40
Apio Verde	1,23
Apionabo.....	1,70
Berenjena Morada	2,00
O. V.	1,80
Boniato o Batata.....	1,42
Bróculi o Brécol	1,94
Torre o Romanescu	1,34
Cacahuete	2,75
Calabacín Blanco	1,76
Verde	1,50
Calabaza de Verano	1,81
Otras Variedades	0,81
Kaki O. V.	2,20
Rojo o Persimon.....	4,64
Sharoni	1,80
Carambola.....	11,00
Cardo	1,40
Castaña	4,70
Cebolla Blanca Dulce	1,22
Francesa / Echalote	4,20
Grano de Oro Valenciana	0,64
Morada	1,10
Tierna	1,20
O. V.	1,19
Cereza O. V.	6,50
Chirimoya O. V.	3,96
Ciruela Golden Japan.....	2,79
O. V.	2,62
Santa Rosa.....	2,50
Coco O. V.	0,85
Col China o Pekinensis.....	1,51
De Bruselas.....	1,90
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,66
Ropollo Hoja Rizada.....	0,49
Coliflor	1,00
Dátil O. V.	6,75

Endivia.....	1,25
Roja	2,50
Escarola O. V.	1,95
Espárrago Blanco	11,00
S. C.	7,68
Triguero	6,50
Espinaca	0,90
Fresa.....	7,50
Fresón.....	4,40
Frambuesa	19,04
Granada	3,20
Grosella	19,04
Guayaba	8,30
Guisante	5,10
Tirabeque / Bisal	10,00
Haba Verde / Habichuela.....	2,48
Higo Breva	11,00
Hinojo.....	2,00
Jengibre.....	2,50
Judía Verde Bobby	5,00
Verde Fina	5,00
Verde Helda.....	4,30
Verde Perona	2,70
Kiwi Kiwigold.....	5,84
O.V	3,30
Pulpa Verda	3,47
Laurel	0,85
Lechuga Batavia	1,39
Cogollo.....	1,17
Hoja de Roble	0,92
Iceberg	0,92
Lollo Rosso	1,00
O. V.	2,00
Romana.....	0,73
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.	1,28
Clemenvilla Ono	1,00
Ortanique	1,20
Mango.....	6,00
Mangostan	11,00
Manzana Fuji.....	1,50
Golden.....	1,79
Granny Smith	1,77
O.V.....	2,36
Pink Lady.....	2,22
Reineta	2,00
Royal Gala	1,68
Starking	1,72
Melocotón Merry Elegant Lady.....	3,45
Baby Gold Amarillo	5,45
Melón Galia.....	1,60
O. V.	1,70
Piel de Sapo.....	1,13
Mora	18,24
Nabo Similares.....	1,20
Naranja Lane Late.....	0,80
Navel Late	0,80
Navelina	0,75
O. V.	1,00
Salustiana	0,73
Valencia Late	0,75
Nectarina O. V.	3,06
Níspero.....	3,60
Nuez	5,04
Papaya O.V	3,49
Patata Blanca Agria Granel	0,75
Blanca Granel Confecc	0,30
Calidad Monalisa	0,75
Nueva Confecc.....	0,95
Roja Granel Confecc	0,72
Pepino O. V.	2,05
Pera Agua o Blanquilla.....	2,00
Conference	1,83
Decana del Comicio	2,30
Ercolini / Moretini.....	1,90
Limonera.....	2,00
O. V.	1,96
Passacrassana.....	2,08
Perejil	0,60
Pfísalis	8,00
Pimiento Amarillo California.....	2,10
O. V.	3,23
Rojo California	1,65
Rojo Lamuyo.....	3,02
Verde Cristal	2,22
Verde Italiano	2,23
Piña	1,50
Pitaya	5,70
Plátano	1,52
Americano o Banana	1,06
Pomelo Amarillo.....	1,45
O.V	1,34
Rojo	1,42
Puerro.....	1,06
Rábano y Rabanilla	0,94
Rambután.....	8,25

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 10, del 2 al 8 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 HÍBRIDOS		
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	0,24-0,31	Alicante
Ortanique	0,21-0,30	Castellón
Ortanique	0,20-0,36	Valencia
Ortanique	0,20-0,35	L. Valencia
NAVEL		
Navel Lane Late	0,30-0,35	Alicante
Navel Lane Late	0,27-0,38	Castellón
Navel Lane Late	0,25-0,38	Valencia
Navel Lane Late	0,28-0,36	Castellón
Navel Powell	0,38-0,47	Alicante
Navel Powell	0,28-0,46	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	0,32-0,42	Valencia
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	0,60-0,70	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	2,40-2,60	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ajo Puerro		
	0,70	Alicante
Tierno (garba)	1,29-1,47	Alicante
Tierno (garba)	1,98-2,20	Valencia
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,17-1,12	Alicante
Consumo Fresco	0,58-1,06	Castellón
Consumo Fresco	0,44-0,79	Valencia
Industria Corazones	0,59-0,73	Alicante
Industria Perolas	S/C	Alicante
Apio Verde	0,37-0,55	Alicante
Berenjena Rayada	1,29-1,94	Alicante
Boniato Rojo	0,63-0,86	Alicante

Blanco	0,95-1,55	Alicante
Calabacín	0,63-0,86	Alicante
Calabaza		
Redonda	1,28-1,70	Castellón
Tipo Cacahuete	0,34-0,52	Alicante
Tipo Cacahuete	0,53-0,62	Castellón
Cebolla Tierna	0,72	Valencia
Col		
Lombarda	0,40-0,45	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,24-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,33	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,34-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,19	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,34-0,59	Castellón
Brócoli	0,20-0,75	Alicante
Brócoli Industria	0,18-0,20	Alicante
China	0,65-0,70	Castelló
Coliflor		
Blanca	0,26-0,52	Alicante
Blanca	0,43-0,65	Castellón
Blanca	0,60-0,65	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,53	Castellón
Hoja Rizada	0,63-0,70	Valencia
Industrial	0,37-0,41	Castellón
Guisantes Verdes Grano	2,58-2,80	Alicante
Haba Muchamiel	0,85-1,94	Alicante
Muchamiel	1,70	Castellón

Lechuga		
Romana	0,35-0,40	Castellón
Romana	0,22-0,31	Valencia
Maravilla	0,38-0,47	Castellón
Trocadero	0,38-1,50	Castellón
Patata		
Blanca	0,36-0,60	Alicante
Blanca	0,85	Castellón
Tomate Acostillado	1,21-1,94	Alicante
Daniela	0,68-0,81	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	2,55-2,60	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	4,00-4,10	Castellón
Oliva Virgen Extra	4,30-4,40	Castellón
Garrofa Entera	0,30-0,36	Castellón

Remolacha Común o Rojo.....	0,90
Resto de Hortalizas	4,35
Sandía con Semilla.....	2,05
Sin Semilla	2,00
Seta Champiñón	2,98
Hongo Boletus Edulis	10,50
Hongo O. V	5,00
Shiitake.....	7,45
Tomate Cherry	3,86
Liso Rojo Daniela	2,16
Rojo Pera	2,06
Rojo Rama	1,58
Liso Verde Rambo	1,99
O.V	3,58
Uva Blanca O.V	2,45
Negra O. V	2,45
Red Globe Roja.....	3,00
Sin Semilla Blanca.....	3,79
Sin Semilla Negra.....	3,45
Zanahoria O. V.....	0,82

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 12 de marzo de 2026. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca	154,00
Rubia	161,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	182,00
Pienso +62 kg/hl	187,00
CENTENO	
Centeno.....	182,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	223,00
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	231,00
Duro Proté=12%	221,00
Extensible Chamorro.....	225,00
Forrajero	195,00
Gran Fuerza w 300	233,00
Media Fuerza w –300	223,00
Panificable	201,00
Triticales.....	193,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano.....	S/C
Yero Grano	S/C

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 10 de marzo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CITRICOS	Euros/Tm
NARANJA	
Lane Late Calidad 1	0,38-0,40

Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 1	0,43-0,45
Valencia Delta Calidad 1	0,45-0,46
Mandarina Híbrida Tango.....	0,75-0,85
Industria Grupo Navel.....	0,30
Contratos Plurianuales.....	0,35
<i>NOTA. Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre camión.</i>	
Mercado con escasa actividad. Ligera bajada de la cotización de la variedad Lane Late. Se repite la cotización de las variedades Navel Powell, Barfiels y Chisslet. Se comienza a cotizar la variedad Valencia Delta. Repetición de la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponde con calibres altos y extras. Subida de la cotización de la naranja para industria y repetición de la cotización para los contratos de industria por encima de la horquilla general para grandes volúmenes y contratos plurianuales. La próxima sesión se celebrará el 17 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 10 de marzo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía Monovarietal	S/C
Soleta.....	5,35
Belona.....	5,75
Lauranne.....	5,25
Guara.....	5,25
Antoñeta.....	S/O
Constanti	5,50
Comuna Tradicional.....	5,05

Ecológica.....	6,50
Incertidumbre en el mercado por la situación geopolítica.	

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 León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 11 de marzo de 2026, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	199,00
Cebada.....	191,00
Triticale.....	189,00
Centeno.....	174,00
Avena.....	145,00
Maíz.....	210,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfafa Paquete Rama.....	S/C
Paquete Deshidratado.....	S/C
Paja 1ª Cebada.....	S/C
Veza Forraje de 1ª.....	S/C
Forraje.....	S/C
ALUBIAS	Euros/Tm
Canela.....	1,40
Negra.....	2,90
Palmeña Redonda.....	2,00
Planchada.....	2,05
Plancheta.....	2,10
Pinta.....	1,00
Riñón de León.....	1,55
Redonda.....	1,40
GIRASOL	Euros/Tm
Girasol.....	S/C
Girasol Alto Oléico.....	S/C
PATATAS	Euros/Tm
Agria.....	120,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec.....	130,00
Red Pontiac.....	120,00
Red Scarlet.....	100,00
Yona.....	100,00
En esta sesión de la lonja de León celebrada ha comenzado a cotizar el maíz seco, es decir, con menos del 15% de humedad y que ya no tiene que pasar por un proceso de secado del grano. En la provincia de León quedan a fecha de hoy unas 7.000 hectáreas de maíz por cosechar, que representa alrededor de un 10% de la superficie sembrada, a la espera de que el tiempo lluvioso de estos últimos días cambie y así poder acceder a estas fincas, que en algunos casos todavía no alcanzan la humedad deseada. En el ámbito internacional los cereales siguen estando muy pendientes del conflicto bélico entre Irán y EE UU, lo que está ocasionando grandes vaivenes en los mercados, pero con una tendencia levemente alcista no comparable a la que están alcanzando otras materias primas como el petróleo y los fertilizantes, si este conflicto se alargase en el tiempo podría traer nuevas subidas puesto que para un país importador de cereales como es España, el incremento de los portes debido al alza del petróleo y de las primas de riesgo en los seguros de los barcos tendría	

su repercusión, a esto habría que sumarle una revalorización del dólar frente al euro como moneda refugio, lo que ayudaría a ser más competitivo al cereal nacional frente al importado. Repetición en el precio de la patata, donde se da ya por finalizada prácticamente la campaña con unos precios que no han sido capaces de recuperarse en lo más mínimo, a partir de ahora se estará pendiente de la próxima siembra en la cual se prevé según nuestras ultimas informaciones que haya un planteamiento de rebaja en el precio de los contratos a la vez que se proponga una menor superficie de siembra. Se pueden consultar los precios en la página web de la lonja www.lonjadeleon.es.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 9 de 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	
Sanguellini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	0,43
Valencia Late.....	0,38
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubi, 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
Ori.....	1,35
Nota: Las lluvias han frenado la recolección. La próxima publicación del boletín de coti- zaciones de la Mesa de Precios de Cítricos será el lunes, 16 de marzo de 2026.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 12 de marzo de 2026.	
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
Precios por tonelada, según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Indica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	200,00-210,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	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
Precios por tonelada, a granel, según rendimientos	
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
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Variedad Grano,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
450,00-600,00	
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.	

Grupo Agroponiente incorpora a Andrea Alonso a su Comité de Dirección

La directora de Marketing y Sostenibilidad asume también el área de Relaciones Institucionales y se integra en el máximo órgano ejecutivo de la compañía

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Grupo Agroponiente ha incorporado a Andrea Alonso, directora de Marketing y Sostenibilidad, a su Comité de Dirección, reforzando así el papel estratégico de la marca, la comunicación, la sostenibilidad y las relaciones institucionales en la evolución y crecimiento de la empresa.

Con este nombramiento, el área de Relaciones Institucionales pasa también a depender de Andrea Alonso, consolidando un modelo de gestión que integra reputación corporativa, diálogo institucional y sostenibilidad como pilares clave en la estrategia del grupo.

Andrea Alonso desarrolla su trayectoria profesional en Agroponiente desde 2014, donde ha asumido diferentes responsabilidades dentro del área de marketing hasta liderar actualmente las áreas de marketing,



Andrea Alonso representa a Agroponiente también en el Comité contra el Desperdicio Alimentario de AECOC. / AGROPONIENTE

comunicación corporativa y sostenibilidad, impulsando iniciativas orientadas a fortalecer el posicionamiento de la compañía y su impacto positivo en el entorno.

Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por

la Universidad de Almería y con un Máster en Responsabilidad Social Corporativa, Alonso ha consolidado una visión estratégica que integra negocio, marca y sostenibilidad como motores de transformación empresarial.

Desde 2019 lidera el área de sostenibilidad de Agroponiente, formando parte del equipo que logró la certificación B Corp para la compañía, un hito que ha situado a Agroponiente entre las empresas referentes en sostenibilidad dentro del sector agroalimentario español. Es además Multiplicadora B Corp y cuenta con formación especializada en CSRD, lo que le permite trasladar los nuevos marcos regulatorios europeos a la estrategia empresarial y a la toma de decisiones de la organización.

Asimismo, Andrea Alonso representa a Agroponiente en

el Comité contra el Desperdicio Alimentario de AECOC, desde donde contribuye a impulsar iniciativas sectoriales orientadas a reducir las pérdidas alimentarias y fomentar una cadena de valor más eficiente y responsable.

Para Imanol Almudí, CEO de Grupo Agroponiente, la incorporación de Andrea Alonso al Comité de Dirección responde a la evolución estratégica de la compañía:

“Andrea representa el talento interno que queremos impulsar en Agroponiente. Su visión estratégica del marketing, la sostenibilidad y la comunicación corporativa está siendo clave para posicionar a la compañía en una nueva etapa de crecimiento, más internacional, más innovadora y comprometida con la generación de valor para nuestros agricultores, clientes y la sociedad”.

Con esta incorporación, Agroponiente refuerza su apuesta por un modelo de gestión que combina excelencia operativa, sostenibilidad, posicionamiento institucional y visión de futuro, en línea con los retos actuales del sector agroalimentario y las exigencias de los mercados internacionales.

Andrea Alonso representa además una nueva generación de liderazgo femenino en el sector agroalimentario, contribuyendo a la profesionalización del sector en Almería y a la integración de modelos empresariales más innovadores, sostenibles y orientados al largo plazo.

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Santander lanza su Campaña PAC 2026 con el objetivo de acompañar a agricultores y ganaderos en un momento clave del calendario agrario, facilitando el anticipo de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) y ofreciendo soluciones financieras adaptadas a las necesidades del sector.

La entidad financiera pone a disposición de sus clientes el anticipo de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) en condiciones preferentes, permitiendo disponer de liquidez desde el momento de la solicitud. Además, la campaña incluye líneas específicas de financiación para insumos, créditos campaña, seguros agrarios y préstamos destinados a la modernización de explotaciones.

La PAC sigue siendo una herramienta esencial para la estabilidad del campo español, especialmente en un contexto marcado por la volatilidad de los costes, la adaptación al cambio

Santander lanza la Campaña PAC 2026 con financiación anticipada para el sector agro

climático y las nuevas exigencias regulatorias.

En este escenario, contar con liquidez anticipada resulta clave para planificar inversiones, afrontar campañas agrícolas y garantizar la continuidad de la actividad productiva.

En 2025, Santander financió al sector agroalimentario español con 5.800 millones de euros, un 8% más que en 2024, reafirmando así su compromiso con uno de los pilares fundamentales de la economía española. La entidad acompaña a más de 425.000 clientes agricultores y ganaderos a través de sus oficinas especializadas en Negocio Agro, con equipos expertos que



Santander financió al sector agroalimentario español con 5.800 millones en 2025, un 8% más que el año anterior. / SANTANDER

ofrecen asesoramiento personalizado y conocimiento profundo del sector.

Con la Campaña PAC 2026, el banco refuerza su apuesta por un modelo agroalimentario más competitivo, eficiente y sostenible. Además del anticipo de ayudas, Santander ofrece asesoramiento especializado para facilitar la tramitación, el acceso a subvenciones y la planificación financiera de las explotaciones.

Asimismo, la entidad mantiene su compromiso con el desarrollo rural y el relevo generacional, apoyando a jóvenes agricultores y ganaderos con soluciones adaptadas a sus proyectos y facilitando la digitalización de la gestión agraria.

Con esta nueva campaña, Santander reafirma su posición como uno de los principales aliados financieros del campo español, contribuyendo activamente a fortalecer un sector clave para el empleo, la cohesión territorial y la proyección internacional de la economía.

valencia

fruits

Valencia Fruits y Anuario*

☐ España: 208 € (IVA incluido)

☐ Europa: 355 €

☐ Resto países: 495 €

Anuario hortofrutícola

☐ Suscriptor VF: 40 € (+ envío)

☐ No suscriptor VF: 65 € (+ envío)

(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

CON DOMICILIO EN

CALLE

E-MAIL

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

BANCO/CAJA

DNI/NIF

CP

NÚMERO

TELÉFONO

IBAN Nº

Firma:

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

Anecoop incorpora a la ilicitana Marfruit como nueva socia

La cooperativa Anecoop suma 2.000 hectáreas de producción y potencia su presencia con 50.000 toneladas de melón, granada y brócoli

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Anecoop continúa avanzando en su estrategia de crecimiento y fortalecimiento de su base productiva con la incorporación de Marfruit como nuevo socio. La integración permite ampliar la oferta comercial del grupo con 50.000 toneladas adicionales de frutas y hortalizas frescas.

La empresa, ubicada en La Marina de Elche, dispone de 2.000 hectáreas de producción propia distribuidas entre la Comunidad Valenciana, Murcia y Castilla-La Mancha, reforzando así la capacidad productiva y la diversificación territorial de la cooperativa.

■ REFUERZO DEL CATÁLOGO HORTOFRUTÍCOLA

Por volumen, el melón constituye el principal producto aportado por Marfruit, con cerca de 30.000 toneladas anuales. La compañía cultiva variedades Piel de Sapo, Amarillo y Galia, a las que se suma desde esta campaña el melón Cantaloup.

El brócoli representa otro de los cultivos destacados dentro del porfolio de la firma ilicitana, con una producción superior a



La compañía cultiva variedades Piel de Sapo, Amarillo y Galia, a las que se suma desde esta campaña el melón Cantaloup. / ACOOP

las 6.000 toneladas. Asimismo, la empresa aporta una producción aproximada de 5.000 toneladas de granada, entre las que sobresale la variedad Mollar de Elche, única en el mundo

con Denominación de Origen Protegida, junto a otras como Wonderful y Bigful.

La oferta agrícola se completa con productos como alcachofa, boniato y calabaza, tanto del tipo

Butternut como de la variedad Halloween.

■ AGRICULTURA FAMILIAR

Con 49 años de trayectoria, Marfruit mantiene un modelo

basado en la agricultura familiar y en una gestión empresarial estructurada y eficiente, vinculada al desarrollo rural del sureste español. La compañía comparte con Anecoop su compromiso con la sostenibilidad y cuenta con certificaciones agroalimentarias IFS y Global GAP.

El director general de Marfruit, Eduardo Boix, ha señalado que la integración supone “un salto estratégico clave” tras casi cinco décadas de actividad. Según ha explicado, la incorporación a una empresa líder internacional como Anecoop permitirá ampliar oportunidades de negocio y acceder a nuevos mercados, además de mejorar la eficiencia y reforzar la competitividad en un contexto global cada vez más exigente.

Por su parte, el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, ha destacado que la entrada de Marfruit contribuye a fortalecer el proyecto empresarial del grupo, incrementando tanto el volumen como la diversidad de la oferta. Monzón ha subrayado que la cooperativa continúa avanzando en la consolidación de una estructura empresarial preparada para afrontar los desafíos futuros del sector, con el objetivo prioritario de mejorar la rentabilidad de los agricultores integrados en la organización. Con esta incorporación, Anecoop refuerza su posicionamiento como referente hortofrutícola del Mediterráneo y continúa ampliando su dimensión productiva mediante la integración de operadores alineados con su modelo cooperativo y estratégico.

La Pandi, un proyecto educativo con premio

La Asociación “5 al Día” otorga el galardón al proyecto educativo que pretende llegar a más de 8.000 niños para crear un futuro más saludable

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La asociación La Pandi, que promueve una alimentación saludable en los escolares de todo el territorio español, recibe el premio al mejor proyecto dirigido a la población infantil por su labor en la promoción del consumo de frutas y hortalizas.

Este proyecto ha sido votado, entre otras candidaturas, por los socios de la Asociación “5 al día”, formado principalmente por empresas del sector hortofrutícola, poniendo en valor su trayectoria, de varios años, y el trabajo realizado para llevar la educación nutricional a los niños a través de talleres didácticos y divertidos en los colegios.

Este premio supone un impulso a la continuidad del proyecto, donde es clave darlo a conocer y captar nuevos socios y patrocinios, ya que la asociación se financia exclusivamente a través de las aportaciones externas.

■ EL PROYECTO

El objetivo para este año escolar es realizar un mínimo de 320 talleres que lleguen a más de 8.000 alumnos y a sus familias.

La Pandi es un proyecto “llave en mano” creado para que cualquier empresa interesada en promover hábitos saludables en los



La Pandi recibe el galardón de la Asociación “5 al Día”. / 5 AL DÍA

niños y sus familias, pueda hacerlo en su entorno más cercano sin necesidad de crear su propio contenido. Tal y como comentó la nutricionista Rebeca Pastor en la entrega del premio “realizamos talleres para ayuntamientos, colegios, empresas productoras de frutas y hortalizas, supermercados y otras empresas, como IKEA, creando experiencias que generan emociones de bienestar y despiertan todos los sentidos de los alumnos”.

El proyecto dispone de su propio juego interactivo y su

pandiplate, usando el concepto del Plato Harvard, ampliamente aceptado por la comunidad científica, como guía didáctica. En el taller se explican los distintos grupos de alimentos y la frecuencia con la que debemos tomar cada uno de ellos, haciendo hincapié en el consumo de 5 raciones de frutas y hortalizas cada día. Además, el proyecto cuenta con otros recursos lúdicos como son sus dibujos animados, el cuento y los peluches de los personajes para educar de una forma amena y divertida.

Ambrosia™ lanza una estrategia de patrocinio que une el tenis profesional y el talento joven

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Ambrosia™ refuerza su posicionamiento en el ámbito deportivo en 2026 con una estrategia de patrocinio que conecta la marca con el tenis profesional y con el impulso al talento joven. Bajo el claim “Un sabor de campeonato”, Ambrosia™ apuesta por estar presente en competiciones clave del calendario nacional, consolidando su vínculo con valores como el rendimiento, la superación y el estilo de vida saludable.

En el ámbito profesional, Ambrosia™ volverá a ser patrocinador del torneo Faulcombridge, perteneciente al ATP Challenger Tour, que se celebrará del 11 al 17 de mayo de 2026 en el Club de Tenis Valencia. El torneo se disputa durante la segunda semana del Masters de Roma y dos semanas antes de Roland Garros, lo que lo convierte en una cita estratégica para muchos jugadores de primer nivel que preparan la temporada de tierra batida.

Paralelamente, Ambrosia™ es patrocinador del RPT National Junior Circuit MARCA by Wilson 2026, uno de los circuitos juveniles más consolidados del tenis español, que debutó el pasado 7 de febrero. El circuito recorrerá toda España con cerca de 90 torneos en las categorías Sub12, Sub14, Sub16



La marca de manzanas impulsa el tenis profesional y juvenil. / AMBROSIA™

y Sub18, y se prolongará hasta principios de noviembre. A lo largo de la temporada reunirá a numerosas jóvenes promesas del tenis nacional, consolidándose como una plataforma clave para el desarrollo deportivo y personal de los futuros talentos.

A través de estas iniciativas, Ambrosia™ refuerza su conexión con los valores que definen al deporte: constancia, disciplina, esfuerzo y espíritu de superación. La marca acompaña así tanto a deportistas profesionales como a jóvenes en formación, pero también a todos aquellos “campeones del día a día” que buscan dar lo mejor de sí mismos en cada momento.

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



GESTIÓN POSTCOSECHA

M A R Z O 2 0 2 6

La evolución del sector post-cosecha



Origen y consolidación

El Levante español, Pioneros

- Food Machinery Corporation y asociados se establecen en Valencia década 1950
- Desarrollo de una industria auxiliar para responder a exigencias de consumidores europeos

Nace Industria Post-cosecha

- Decco Ibérica 1962
- Productos Citrosol 1964
- Tecnidex Agrofresh 1980

Postharvest Cluster AIE 2005

- Misión: incrementar la vida útil de la fruta fresca, cumpliendo con la normativa vigente y contribuyendo a la reducción de pérdida y desperdicio alimentario

Los motores del cambio



Adaptación a una legislación exigente

- Normativa que regula los tratamientos en post recolección
- Normativas y protocolos de registro de obligado cumplimiento para los productos de tratamiento
- Garantizar consumo de fruta sana y segura



Necesidades de los comercializadores

- De tránsitos cortos a alcance global
- Necesidad de productos que garanticen mayores tiempos de tránsito
- Evolución en la tecnología de recubrimientos y productos de protección de gran alcance:

ANTES → recubrimientos formulados con disolventes orgánicos

AHORA → recubrimientos en base acuosa con certificación ecológica y vegana.



Necesidades de los consumidores

Consumidores con exigencias muy diferentes:

- fruta en óptimo estado durante una semana
- fruta en su punto de madurez
- fruta "sin residuos"
- fruta "vegana"
- con sello de sostenibilidad
- comercio de proximidad etc...

Requiere respuestas muy variadas: inversión en I+D+i y desarrollo de una paleta de soluciones completa



Innovación Tecnológica y Control

Hitos en Fitosanitarios:

- Registro de productos clave:
- Thiabendazole 1969
- Imazalil/Ortofenilfenol 1977
- Fludioxonil 2015
- Azoxystrobin 2025

Evolución de aplicaciones empíricas a sistemas de control en tiempo real para dosis exactas

Incorporación de soluciones basadas en aditivos alimentarios y productos biológicos

Otros retos

Crisis de Consumo Generacional

- Descenso acusado del consumo de cítricos en menores de 40 años, prefiriendo opciones "sobre la marcha".

Integración de la Industria Auxiliar

- Impulsar una asociación que une a sectores de maquinaria, envasado, etiquetado y frío, la Asociación de Empresas de Postcosecha (AEP)

Talento y Sostenibilidad

- Necesidad urgente de atraer personal cualificado y hacer el consumo de fruta fresca atractivo y conveniente.

El futuro pasa por hacer atractivo al consumidor el consumo de fruta fresca y para ello se necesita la suma de esfuerzos, recursos y conocimiento de todos los que constituimos la industria auxiliar a la comercialización de fruta, trabajemos para ello.



Origen, evolución y futuro de la industria postcosecha

El sector postcosecha ha evolucionado para responder a las exigencias de los mercados globales, la normativa europea y los nuevos hábitos de consumo

POSTHA.

La industria de tratamiento en postcosecha de frutas y hortalizas nace en España en los años cincuenta del pasado siglo cuando la multinacional americana Food Machinery Cooperation, junto con socios españoles, se establece en Valencia. El Levante español, que incluía lo que hoy conocemos como Comunidad Valenciana y Región de Murcia, fue pionero en la comercialización exterior de frutas y hortalizas, contribuyendo muy significativamente al despegue económico español tras la guerra civil y los años de aislamiento internacional. Estos esfuerzos de exportación necesitaron del desarrollo de una industria auxiliar para que el comercializador pudiera responder a las exigencias de los distribuidores y consumidores europeos. Ayer, como hoy, distribuidores y consumidores querían fruta apetitosa, sana y segura, libre de desperdicio durante una vida comercial razonable. Para dar respuesta a estas demandas surge la industria de tratamiento en postcosecha, hace ya más de 75 años.

Decco Ibérica (1962), Productos Citrosol (1964) y Tecnidex —hoy Agrofresh— (1980), desarrollaron esta industria española haciendo de ella un referente, sin duda europeo y pudiera decirse

también que global, ya que operan en los cinco continentes sobre toda clase de frutas y hortalizas. Estas empresas, conscientes de los retos a los que la industria se enfrenta, que se comentarán más adelante, crean en 2005 la que hoy se denomina Postharvest Cluster AIE, Agrupación Empresarial con la misión de incrementar la vida útil de la fruta fresca, cumpliendo con la normativa vigente y contribuyendo a la reducción de pérdida y desperdicio alimentario. Esta es la misión de la industria de tratamientos en postcosecha. Para llevarla adelante cada una de las empresas está muy atenta a:

- La legislación vigente. La normativa que regula los tratamientos en postrecolección, especialmente en Europa, es muy exigente pues quiere garantizar al consumidor que puede consumir la fruta sin temor, ya que se le ofrece fruta sana y segura. Para ello las autoridades europeas publican normativas y protocolos de registro que todos los productos de tratamiento deben cumplir y establece calendarios de revisión para asegurar que productos ya registrados cumplen con las normativas más recientes. Así, productos que en su día estuvieron aprobados se "cayeron" por no aprobar esas revisiones, tal es el caso de fungicidas como el

Miclobutanil, Propiconazol o la Guazatina, por citar algunos.

- Las necesidades de los comercializadores. En los años 70/80 del siglo XX el comercio exterior de fruta se destinaba por completo a Europa Occidental. Lo que supone tránsitos relativamente cortos. En aquella época, el mercado nacional era consumidor de productos de baja calidad, destinándose la mejor fruta a la exportación. Hoy en día algunos comercializadores de fruta tienen un alcance global y el mercado nacional es tan exigente como el que más. Esto implica que hay que poner a disposición de los comercializadores herramientas, productos, cuya versatilidad de acción les garanticen que puedan enviar sus frutas donde su estrategia comercial les indique. Esto ha supuesto una evolución en la tecnología de recubrimientos y productos de protección de gran alcance, desde inicialmente recubrimientos formulados con disolventes orgánicos a recubrimientos en base acuosa con certificación ecológica y vegana.

- Los consumidores. Si algo tiene el consumidor de fruta actual es que es muy difícil clasificarlo, se puede decir que hay consumidores "para todo". Lo que supone que hay que tener respuestas muy variadas para

satisfacer exigencias muy diferentes. Así hay consumidores que quieren en primer lugar que su fruta aguante en su casa al menos una semana, que es su periodo entre compras. Otros quieren comprar fruta que se le ofrezca como "sin residuos", otros "vegana", otros "en su punto de madurez", otros "con sello de sostenibilidad", otros "frutos de cercanía", etc. Para satisfacer todas estas exigencias la industria de tratamientos postcosecha continúa invirtiendo en I+D+i y desarrollando una paleta de soluciones completa que le permita la comercialización ofrecer al consumidor lo que este quiere.

- La evolución de la tecnología. La tecnología evoluciona rápidamente y no se pueden perder de vista los nuevos desarrollos tecnológicos tanto en el ámbito de los productos como en el de los medios de dosificación y control, pues no sólo hay que asegurarse de que se aplica lo correcto, sino también en la medida adecuada. Desde que en el año 1969 Merck Sharp & Dome registró el Thiabendazole para tratamiento en post recolección se han añadido otros productos como Imazalil y Ortofenilfenol (1977), Fludioxonil (2015) Azoxystrobin (2025) además de soluciones de tratamiento basadas en aditivos alimentarios autorizados de diversa naturaleza o

productos biológicos. En el siglo XX las aplicaciones se hacían sin un conocimiento detallado de la cantidad de tratamiento que los frutos recibían en cada momento. Hoy hay tecnología de dosificación y control que aseguran que cada fruto recibe el tratamiento que se quiere aplicar, ni más ni menos, en tiempo real.

RETOS POSTCOSECHA

¿A qué otros retos se enfrenta la industria de tratamientos de postcosecha? Al final esta industria depende de que haya un consumo de fruta fresca vibrante, creciente, y esto ya no puede darse por sentado, al menos para algunas frutas, como los cítricos. Un reciente estudio realizado por la consultora GfK para Postha pone de manifiesto cómo en España el consumo de cítricos entre la población menor de 40 años está bajando alarmantemente. El consumidor joven parece optar por fruta que le permita comerla "sobre la marcha" y/o de la manera más conveniente posible; pocos jóvenes toman fruta a la manera tradicional, como postre en las comidas. Hay toda una industria auxiliar que depende del consumo de fruta en fresco, entre ellas las empresas de maquinaria de clasificación, envasado, etiquetado, frigoconservación.

Desde Postha se va a impulsar la creación de una Asociación de Empresas de Postcosecha que englobe a toda la industria auxiliar de la comercialización de fruta fresca para encarar este y otros retos, como también es la falta de personal cualificado.

El futuro pasa por hacer atractivo al consumidor el consumo de fruta fresca y para ello se necesita la suma de esfuerzos, recursos y conocimiento de todos los que constituimos la industria auxiliar a la comercialización de fruta, trabajemos para ello.

La frescura y la calidad no se improvisan. Se protegen.



DECCO combina ciencia, innovación y servicio para ofrecer una protección postcosecha completa:

- Fungicidas de amplio espectro para proteger la fruta contra las enfermedades postcosecha.
- Recubrimientos avanzados que retrasan la senescencia y preservan las características organolépticas.
- Bloqueantes de etileno para una mejor conservación de la fruta, alargando la vida útil.
- Desinfectantes para ayudar a conseguir máxima seguridad.
- Equipos de dosificación y aplicación precisa con control remoto, optimizando recursos.



Descubre cómo podemos ayudarte a reducir la pérdida y mantener la calidad.

DECCO More. Beautiful. Fresh.

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

CARLOS PALOMAR / Director general de AEPLA

“La regulación, el buen uso de los fitosanitarios y la comunicación son las bases de la estrategia de AEPLA”

Garantizar la protección de los cultivos y de los productos desde el campo hasta que llegan al consumidor es cada vez más complejo, y Europa añade su propia capa de dificultad con un marco regulatorio muy exigente, que puede tardar más de una década en autorizar nuevos productos y costar cientos de millones de euros. En esta entrevista, Carlos Palomar, director general de la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (AEPLA), aborda la situación actual del sector de la sanidad vegetal y los fitosanitarios, desde las innovaciones en postcosecha hasta los productos de biocontrol, mostrando tanto los obstáculos como las oportunidades para un sector vital y sostenible.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuál es la función de AEPLA dentro del sistema de sanidad vegetal en España y a quién representa dentro del sector agroalimentario?

Carlos Palomar. AEPLA representa a las empresas que investigan, fabrican y registran productos fitosanitarios, que podríamos definir como los “fármacos” de los cultivos. Como sucede con cualquier medicamento, estos productos no pueden utilizarse sin haber superado previamente un proceso de evaluación y autorización por parte de las autoridades competentes de los distintos ministerios. Así, nuestra función es actuar como interlocutor ante la Administración y las instituciones regulatorias, además de servir de puente entre la industria fitosanitaria, el sector agrícola —agricultores y sus organizaciones— y otros organismos, como el Parlamento Europeo. Somos la voz de un sector que resulta muy importante para la sostenibilidad del sistema agroalimentario.

VF. Carlos, entiendo que su trabajo no sólo consiste en defender los intereses del sector, sino también en explicar la seguridad y la necesidad de estos productos, sin perder de vista el compromiso medioambiental. ¿Cómo estructuraréis vuestra labor para cubrir estos objetivos?

CP. Por supuesto. En AEPLA trabajamos en tres líneas fundamentales. Primera, la línea regulatoria. Se trata de promover una regulación inteligente que realmente facilite el trabajo del sector. Por ejemplo, consideramos que el decreto Ómnibus es un paso, pero aún insuficiente; necesitamos reformas que solucionen los problemas que ralentizan el desarrollo y la disponibilidad de productos fitosanitarios.

Segunda línea, el buen uso de los fitosanitarios. Esto no sólo prolonga la eficacia de los productos, sino que también reduce su impacto ambiental. Nuestro objetivo es enseñar a los agricultores a aplicar correctamente los productos, promoviendo una gestión integrada de plagas. Esto incluye el uso de tecnología que permita aplicaciones más seguras, como sistemas de carga que van desde la botella hasta el tanque de uso sin necesidad de abrir el envase manualmente, o herramientas de precisión que optimizan la aplicación.

Y, por último, la comunicación. Es fundamental dar a conocer los beneficios del uso de fitosanitarios y explicar que un sistema de sanidad vegetal



Carlos Palomares también desgana a lo largo de la entrevista las ventajas y desventajas del nuevo decreto Ómnibus. / AEPLA

sólido es vital para el sector. Por ejemplo, en noviembre, durante la primera feria Expo Agri en Ifema mostramos a la sociedad urbana cómo se produce la agricultura moderna. No se trató de presentar productos nuevos, sino de mostrar el uso y las ventajas de la sanidad vegetal, la mejora genética y la tecnología agrícola. La respuesta del público fue muy positiva y permitió entender que, al igual que los humanos necesitamos medicinas, las plantas y los cultivos también requieren cuidados y tratamientos para mantenerse saludables.

Estas tres líneas —regulación, buen uso y comunicación— constituyen la base de nuestra estrategia y marcan la estructura de AEPLA en su compromiso con la sostenibilidad y el futuro del sector.

VF. En el ámbito de la postcosecha, ¿qué importancia tiene la gestión fitosanitaria para garantizar la calidad y conservación de los productos agrícolas?

CP. La gestión fitosanitaria es clave, porque si ya existen pérdidas provocadas por plagas durante el cultivo —que es precisamente lo que tratamos de prevenir—, el riesgo continúa una vez que el producto ha sido recolectado. Durante el almacenamiento o la conservación, ya sea por periodos cortos o más prolongados según el tipo de fruta u hortaliza, los productos siguen expuestos a organismos que pueden causar daños importantes.

Por ello, es fundamental contar con soluciones que protejan las cosechas desde el momento de la recolección hasta su llegada al consumidor. De lo contrario, pueden producirse pérdidas muy severas que afectan tanto a

“La gestión fitosanitaria es clave, porque si ya existen pérdidas provocadas por plagas durante el cultivo, el riesgo continúa una vez que el producto ha sido recolectado, en el almacén o la conservación”

la rentabilidad del sector como a la disponibilidad de alimentos.

VF. ¿Cuáles son los enfoques principales que se están desarrollando en el sector para proteger los cultivos?

CP. En el ámbito de la postcosecha, el sector trabaja en múltiples líneas de innovación para garantizar la calidad de los productos desde la recolección hasta que llegan al consumidor. Esto implica combinar diferentes soluciones: tecnologías físicas, control ambiental y sistemas de sensorización que permiten decidir cuándo intervenir, así como herramientas que ayudan a gestionar un producto que, aunque separado de la planta, sigue siendo un organismo vivo y requiere un control constante. Por ello, una nueva línea también de investigación es el desarrollo de productos que sean aplicables tanto en campo como en postcosecha, con el fin de que en el futuro haya más soluciones, asegurando así la viabilidad y la sostenibilidad del sector.

VF. Precisamente, hablando del largo tiempo que cuesta registrar un producto en Europa, ¿cómo afecta la reciente propuesta del “decreto Ómnibus”?

CP. El sistema europeo es realmente muy complejo y se complementa con las autoridades nacionales, lo que añade otra capa de burocracia. En Europa se aplica el principio de precaución, evaluando principalmente

la peligrosidad de las sustancias en lugar de gestionar el riesgo de manera práctica. Si los países actúan de forma rígida, esto ralentiza la llegada de productos útiles. Un enfoque más pragmático sería mucho más eficiente.

En cuanto al decreto Ómnibus, para los productos clásicos de postcosecha no cambia demasiado, pero introduce mejoras importantes para los productos de biocontrol. La propuesta establece una zona única, lo que permite que, si los países asumieran el reconocimiento mutuo de manera efectiva, un producto registrado en un país pudiera comercializarse automáticamente en otro. Esto representaría un ahorro de trabajo para las 27 autoridades y agilizaría el acceso a nuevas soluciones. Además, se establece el silencio administrativo positivo, es decir, si una autoridad no resuelve en el plazo de 120 días tras la presentación de un producto, este puede empezar a comercializarse.

Y dentro de los productos de biocontrol, salen especialmente beneficiados aquellos basados en organismos beneficiosos. Si bien en postcosecha, por las características específicas del almacenamiento y la manipulación de los productos, la investigación en biocontrol aún es limitada, se espera que aumente en los próximos años. De hecho, el decreto Ómnibus facilita la introducción de este tipo de innovaciones,

“poniendo la alfombra roja” para emprendedores que busquen soluciones eficaces en este ámbito.

Así, el Ómnibus abre nuevas oportunidades para biocontrol y soluciones innovadoras, creando un marco más ágil y coordinado que podría acelerar la llegada de estas herramientas a los agricultores.

VF. Según sus palabras, para “los productos clásicos de postcosecha no cambia demasiado” pero, ¿introduce alguna mejora?

CP. Sí y no. El Ómnibus establece que los productos convencionales, salvo aquellos considerados muy peligrosos, pueden tener autorizaciones permanentes que no requieren revisión cada diez años. Aunque en la práctica cada producto sí debe renovarse periódicamente, esta es la principal ventaja que aporta la propuesta.

Al mismo tiempo, señala que ante cualquier preocupación o solicitud por parte de un país, será necesario renovar la autorización, por lo que el Ómnibus insiste en simplificar los procedimientos, pero sin alterar la esencia del sistema. Aun así, los problemas fundamentales del sector siguen presentes: existen pocas soluciones disponibles, su desarrollo y registro son costosos y están sujetos a mucha incertidumbre, debido a cambios continuos en guías y criterios regulatorios.

Esto implica que las empresas deben presentar continuamente nuevos estudios y actualizar la información sobre plagas emergentes o nuevas cepas de hongos más agresivos. Todo ello supone investigación adicional, tiempo y costes elevados. Aunque las compañías invierten mucho, el dinero no es infinito. En consecuencia, aunque procedimientos como el silencio administrativo positivo o la aceleración de ciertos trámites pueden mejorar el funcionamiento del sistema, la velocidad real del registro y disponibilidad de nuevos productos sigue siendo limitada.

VF. Para finalizar, ¿cuál es su perspectiva sobre la sanidad vegetal y el sector de cara a los próximos años?

CP. Existen varios retos importantes. Uno de ellos es que el comercio global introduce nuevas plagas y enfermedades emergentes, que requieren atención constante. El segundo reto es la falta de soluciones fitosanitarias disponibles. Registrarlas en Europa es un proceso muy costoso y largo, y, a diferencia de otros países como Estados Unidos o Brasil, aquí se tiende a eliminar muchas soluciones. La intención es reducir riesgos, pero en la práctica limita la variedad necesaria para un uso eficiente, evitar resistencias y centrarse en las clases urgentes de productos.

Este sistema, además, desincentiva la inversión: hay tecnologías disponibles que permanecen “en el frigorífico”, esperando un marco regulatorio previsible, coherente y estable. Para planificar estrategias de inversión a largo plazo, los desarrolladores necesitan conocer cómo será la legislación y la regulación en los próximos 10-15 años; sin eso, invertir sería apostar al azar, como jugar en un casino.

En definitiva, podemos afirmar que la tecnología y el conocimiento científico existen, pero el reto principal es explotarlos adecuadamente dentro de un sistema que a día de hoy genera incertidumbre y limita la innovación en protección de cultivos.

Alarga la Vida útil de tus Productos: Más Frescura, Menos Pérdidas



Somos líderes en soluciones postcosecha 100% libres de conservantes y sulfitos, especializados en antioxidantes naturales que alargan la vida útil de frutas y hortalizas frescas cortadas hasta 21 días. Nuestras formulaciones en polvo, disueltas en agua, mantienen el color, textura y sabor natural de los

productos mediante una inmersión de solo 30 segundos. Con 30 años de experiencia y certificaciones internacionales (UE orgánico, FDA, IFS), reducimos hasta un 40% el oscurecimiento enzimático y las pérdidas por deterioro. Ideal para exportaciones y cadenas de retail exigentes.

+34 677 73 54 27
www.food-freshly.eu/es

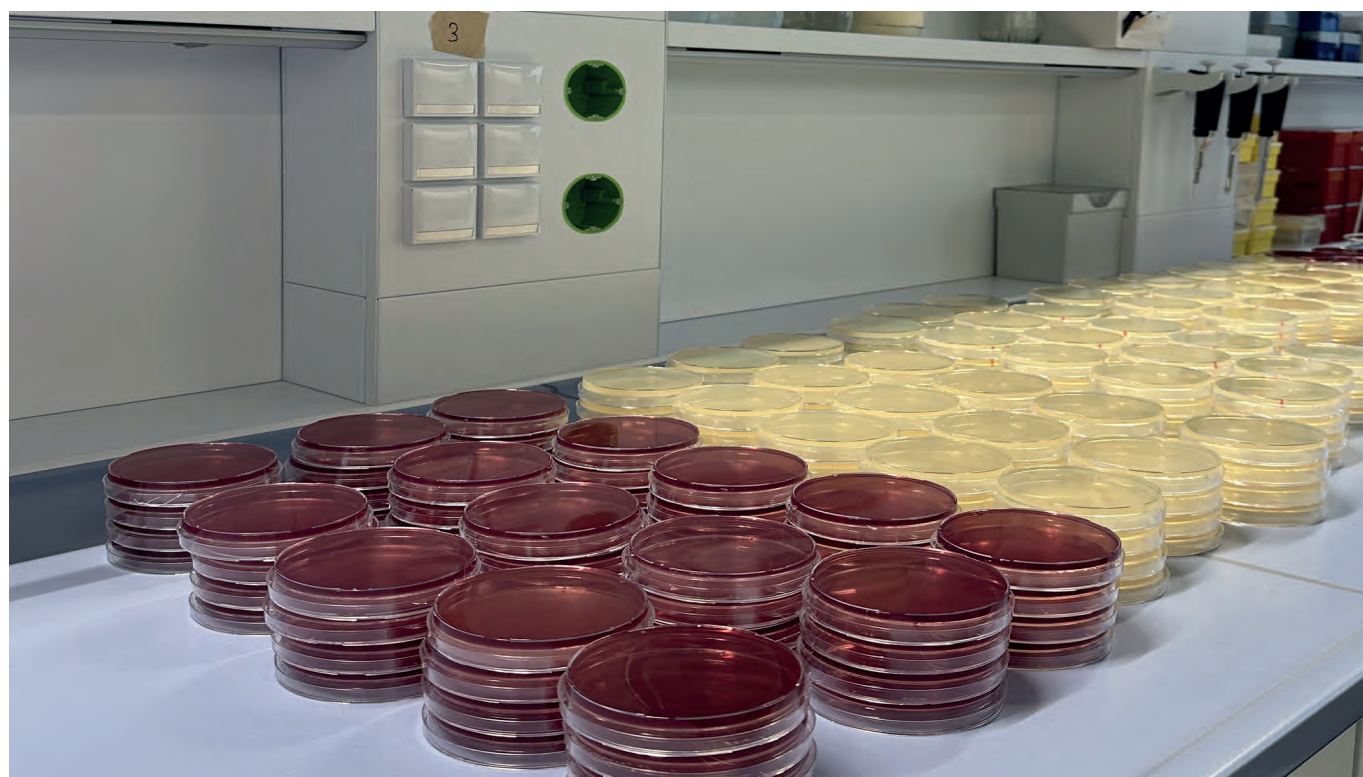


MÁS INFORMACIÓN



Obtenga resultados con nuestro laboratorio: Evaluación de los tratamientos poscosecha

Nuestros servicios integrales de análisis para procesadores de productos frescos evalúan la vida útil, las características organolépticas y sensoriales, y específicamente los parámetros microbianos de sus productos. Simulamos una amplia gama de escenarios relevantes para la industria, que incluyen varios tipos de productos, estilos de corte, formatos de empaque y opciones de tratamiento.



Sin
Food Freshly



mejorado con
Food Freshly



Sin
Food Freshly



mejorado con
Food Freshly



Sin
Food Freshly



mejorado con
Food Freshly

Aguacates

Controlamos la oxidación en aguacates frescos y congelados con recubrimientos vegetales que preservan su color verde vibrante y textura cremosa. Vida útil de 8-12 días, sin alterar el sabor natural (cero notas cítricas). Compatible con producción ecológica y procesos IQF.

Manzana

Prevenimos el oscurecimiento en cortes de manzana (rodajas, cubos) con soluciones 100% libres de sulfitos. Vida útil de 8-21 días, manteniendo la firmeza y sabor fresco incluso en exportaciones de larga distancia. Efectividad superior al ácido cítrico o ascórbico.

Patatas

Pioneros en reemplazar sulfitos en patatas cortadas o peladas. Nuestra fórmula garantiza hasta 16 días de vida útil, preservando el color claro y textura natural. Certificado para uso en escuelas, hospitales y producción ecológica.

ALEJANDRO MORANT / Representante comercial de la firma Food Freshly en España, Portugal y Latinoamérica

“El objetivo prioritario es adaptar nuestros productos y sistemas de lavado a la verdura de IV gama española”

A nivel internacional, Food Freshly cuenta con una trayectoria sólida y años de experiencia respaldando a grandes procesadores. Sin embargo, lleva poco tiempo operando de forma directa en España y, ahora mismo, su proyecto más importante es consolidar su presencia en este mercado. Entre las novedades de la compañía, Alejandro Morant destaca que, ante la nueva legislación sobre la listeria que entra en vigor a partir de junio, han mejorado su gama de antioxidantes “ajustando el pH de la fórmula para neutralizar la listeria en un margen de 21 días”.

► **ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.**
Valencia Fruits. Como firma especializada en antioxidantes innovadores de origen natural para alargar la vida útil de frutas y hortalizas de IV y V gama, ¿qué catálogo de productos y soluciones tienen actualmente en el mercado?

Alejandro Morant. Actualmente contamos con una gama de soluciones muy amplia y versátil, diseñada para cubrir las diferentes variables que nos encontramos en el día a día. En nuestra experiencia en el mercado español hemos notado un auge espectacular en la verdura preparada. Productos como la zanahoria o la lechuga Iceberg son grandes superventas aquí, pero sabemos que sufren problemas físicos y de oxidación una vez cortados. Por otro lado, vemos que el mercado de la fruta cortada también está creciendo a un ritmo constante. Nuestra gama actual está formulada precisamente para cubrir todas estas necesidades de forma natural, asegurando que tanto las verduras como las frutas mantengan su frescura y buen aspecto desde la planta hasta el consumidor final.

VF. Se encuentran a punto de lanzar una nueva solución al mercado. ¿De qué producto se trata? ¿Qué características tiene?

AM. Se trata de una solución enfocada en la desinfección mediante un sistema de lavado doble. El objetivo es ofrecer una herramienta mucho más efectiva contra la proliferación de levaduras y hongos. Esto es un gran paso para nosotros, porque nos permite alargar la vida útil de ciertas frutas y verduras que, por su naturaleza, no se podían tratar simplemente con un antioxidante tradicional. Estamos realizando pruebas y viendo resultados realmente positivos en productos de alta humedad y difícil manejo, como el coco, el melón Cantalupo o la piña cortada.

VF. ¿Han lanzado o tienen previsto introducir alguna otra novedad este año?

AM. El desinfectante de lavado doble que te comentaba sigue en una fase de desarrollo y perfeccionamiento activo. Sin embargo, nuestra gran novedad reciente responde a una necesidad normativa y de seguridad alimentaria: la nueva legislación sobre la listeria que entra en vigor a partir de junio. Para ayudar a nuestros clientes a adaptarse



Alejandro Morant analiza los proyectos y novedades de la compañía. / FOOD FRESHLY

“En España somos relativamente nuevos y estamos en una fase de crecimiento activo. Vamos introduciéndonos poco a poco, ganándonos la confianza de los productores y demostrando que somos un compañero de viaje fiable”

sin problemas, hemos mejorado nuestra gama de antioxidantes ajustando el pH de la fórmula para neutralizar la listeria en un margen de 21 días. Es una mejora que hemos diseñado específicamente pensando en la manzana de IV gama, aportando muchísima tranquilidad al productor.

VF. ¿En qué proyectos está trabajando actualmente la compañía?

AM. Si te soy sincero, nuestro proyecto más importante ahora mismo es escuchar al mercado español y consolidar nuestra presencia aquí. Llevamos relativamente poco tiempo operando

de forma directa en España, y nos ha impresionado el volumen y la fuerza que tiene el sector de la verdura cortada. Por eso, nuestro objetivo prioritario es perfeccionar y adaptar nuestros productos y sistemas de lavado específicamente para la verdura de IV gama española.

Además, a nivel de I+D, estamos poniendo mucho foco en el pimiento rojo cortado, ya que es un producto que históricamente da bastantes problemas técnicos y queremos ofrecer una solución definitiva.

VF. ¿Qué gama de frutas y hortalizas pueden tratarse con sus antioxidantes para alargar la vida útil del producto?

AM. Para explicarlo de forma sencilla, tratamos prácticamente cualquier fruta o verdura que sufra problemas de oxidación al ser procesada. En esta primera familia entrarían clásicos como las manzanas, las patatas, las distintas variedades de lechuga, el aguacate o el guacamole. Por otro lado, gracias a las nuevas gamas en las que estamos trabajando para controlar levaduras y hongos, ampliamos el abanico a frutas más complejas y ricas en agua, como el melón, la piña, el coco o la granada, entre otras.

VF. ¿Qué ventajas y diferenciación aportan las soluciones de Food Freshly?

AM. Creo que lo que más nos diferencia es que no nos limitamos a “vender un producto”, sino que nos centramos en aportar conocimiento y tecnología para mejorar al 100% la calidad final del cliente. Trabajamos codo con codo con ellos optimizando sus sistemas de lavado. Además, todas nuestras soluciones derivan de fuentes naturales, contando con opciones de certificación ecológica. Y, por si fuera poco, vamos un paso más allá en transparencia: ahora contamos con instalaciones de laboratorio propias donde podemos analizar y resolver cualquier duda técnica que tenga el cliente sobre sus productos de IV gama.

VF. Hace dos años presentaron un método de aplicación directa para lechuga en campo. ¿Se ha ampliado esta novedad a otros productos hortícolas?

AM. Es un proyecto que nos ilusiona, pero siendo honestos, hemos comprobado que la aplicación directa en campo es un reto logístico importante. Para

un recolector que tiene que procesar cientos de lechugas al día, añadir un paso extra en el campo es complicado. Lejos de abandonar la idea, estamos trabajando muy de cerca con productores de lechuga en Murcia para entender su día a día y hacer que este sistema sea realmente viable, cómodo y útil para ellos. Queremos que la solución se adapte al agricultor, y no al revés.

VF. ¿Qué garantías de calidad y efectividad de sus formulaciones ofrece Food Freshly?

AM. Nuestra mayor garantía es la total transparencia. De hecho, acabamos de dar un paso enorme en este sentido con la inauguración de nuestro nuevo servicio de laboratorio y análisis exclusivo para el sector de la IV gama. Se trata de un servicio pionero en el que no sólo demostramos la eficacia de nuestras formulaciones, sino que ofrecemos a los clientes probar y evaluar cualquier solución postcosecha del mercado. Gracias a estas nuevas instalaciones, podemos analizar exactamente cómo reaccionan sus frutas y verduras: evaluamos el aspecto visual, el nivel de contaminación microbiana, el comportamiento bajo envasado de atmósfera modificada (MAP) y sus cualidades organolépticas. No pedimos actos de fe, construimos una imagen científica y completa para que el cliente vea resultados reales.

VF. ¿Qué grado de implantación tiene actualmente la firma en los mercados?

AM. A nivel internacional, Food Freshly cuenta con una trayectoria sólida y años de experiencia respaldando a grandes procesadores. Sin embargo, en el caso concreto de España, somos conscientes de que somos relativamente nuevos y nos consideramos en una fase de crecimiento activo. Estamos introduciéndonos poco a poco, con mucha humildad y paso a paso, ganándonos la confianza de los productores locales día a día, demostrando que somos un compañero de viaje fiable.

VF. ¿Qué perspectivas tienen para España?

AM. Las perspectivas son inmejorables, pero también nos exigen mucha responsabilidad. España es la huerta de Europa y el nivel de exigencia, calidad e innovación de las empresas agrícolas de aquí es altísimo. Vemos que el sector de la IV y V gama está en plena expansión por los cambios en los hábitos de consumo. Nuestra perspectiva es convertirnos a medio plazo en el socio de confianza al que acudan las empresas españolas cuando necesiten resolver un problema de vida útil, aportando tecnología natural que les permita exportar más lejos y con menos mermas.

VF. ¿Qué objetivos se marcan para el futuro?

AM. Nuestro gran objetivo a nivel global, y también como equipo en España, es seguir siendo una herramienta útil en la lucha contra el desperdicio alimentario. Cada día que logramos alargar la vida de un producto en el lineal del supermercado o en la nevera del consumidor, es comida que no se tira. Queremos seguir investigando, mantener el origen natural de nuestras fórmulas y crecer de la mano de nuestros clientes, escuchando sus problemas diarios (como estamos haciendo en Murcia con la lechuga o con los productores de pimiento) para desarrollar las soluciones del mañana.



Parte del equipo de la compañía. / FOOD FRESHLY

POTENCIA TU FRUTA DE PEPITA

SmartFresh™
ProTabs

Mantén la firmeza con **SmartFresh™ ProTabs** durante la conservación, el transporte y la vida útil de tu fruta.

Scholar®

Controla los ataques fúngicos con **Scholar® 230 SC**. Un fungicida estable que ayuda a proteger tu fruta más tiempo, alargando su vida comercial.

FreshStart™

Desinfecta el agua de lavado para mantener la fruta saludable. Producto postcosecha compatible con la producción ecológica UE.

FRESHCLOUD™
Powered by AgroFresh

Plataforma digital que facilita y estandariza el proceso de inspección de calidad de frutas y hortalizas.

Strella

Optimiza la apertura de cámaras con datos en tiempo real. Los sensores inalámbrico de Strella ayudan a las centrales hortofrutícolas a definir cuál es la cámara más adecuada para abrir en cada momento.

AgroFresh

AgroFresh.com

NORTE:

Hugo Rodríguez
Tel: 608 092 423
hrodriguez@agrofresh.com

Raquel Ledesma
Tel: 638 23 52 89
rledesma1@agrofresh.com

REGIÓN DE MURCIA:

Alvaro Payá
Tel: 696 447 132
apaya@agrofresh.com

Gregorio Melgar
Tel: 680 232 876
gmelgar@agrofresh.com

SUR/EXTREMADURA:

Daniel Fernández Pastrana
Tel: 696 447 137
dpastrana@agrofresh.com



Lea siempre la etiqueta y la información del producto antes de su uso y preste atención a las frases de advertencia y los pictogramas.

AgroFresh no emite ninguna declaración ni garantía en cuanto a la integridad o exactitud de cualquier información contenida en este documento. Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

©2024 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™, FreshStart™, VitaFresh y FreshCloud™ son marcas registradas de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta. Strella es una marca registrada de Strella Biotechnology.

MAF RODA
AGROBOTIC®

Nuevo software Smart Citrus basado 100% en IA

¡Mejora tu rentabilidad con el mínimo esfuerzo! Gana en autonomía y personalización.



La tecnología de postcosecha sigue mostrando su impacto positivo en la cadena de suministro de frutas. / AGROFRESH

La tecnología de postcosecha, aliada clave para garantizar la calidad de las manzanas en largos trayectos

AGROFRESH.

La cadena de suministro de frutas frescas enfrenta un desafío constante: asegurar que los productos lleguen en óptimas condiciones a los consumidores, sin pérdidas significativas de calidad. En el caso de las manzanas, mantener su frescura y textura crujiente es esencial, especialmente cuando deben viajar largas distancias en contenedores refrigerados. La tecnología de postcosecha desempeña un papel fundamental para ayudar a prolongar la vida útil de las frutas y reducir el desperdicio a lo largo de la cadena de suministro.

EL PAPEL DEL 1-MCP EN LA CONSERVACIÓN DE LAS MANZANAS

Uno de los avances más relevantes en la postcosecha de frutas ha sido el uso del 1-Metilciclopropeno (1-MCP), una molécula que bloquea la acción del etileno, la hormona responsable del proceso de maduración y envejecimiento de las frutas.

Gracias a este tratamiento, se ralentiza el envejecimiento de las manzanas, ayudando a preservar su firmeza, color y sabor durante un periodo más prolongado.

Este método no sólo permite una mayor flexibilidad logística y de distribución, sino que también contribuye a mejorar la experiencia del consumidor final, incrementando la vida útil de la fruta fresca y asegurando su calidad mientras se reduce el desperdicio. "La postcosecha contempla un conjunto de actuaciones sobre la fruta, que se aplican en el momento más crítico, cuando el valor del producto es mayor, pues ha pasado todo su ciclo, se ha invertido todo en su producción, agua, fertilización, recolección, transporte", afirma Julián Herráiz, AgroFresh Fruit Protection S.A General Manager.

SmartFresh™, en su proceso de autorización y registro, ha sido sometido a rigurosos procesos de evaluación por expertos independientes, siendo registrado y homologado en múltiples países

SMARTFRESH™: EL TRATAMIENTO ORIGINAL Y REGULADO DE 1-MCP PARA LA POSTCOSECHA DE MANZANAS

El tratamiento basado en 1-MCP con mayor reconocimiento en la industria es SmartFresh™ de AgroFresh, el producto pionero de esta tecnología, patentado, registrado y homologado globalmente. Durante más de 20 años, SmartFresh™ ha demostrado su eficacia en la conservación de frutas, especialmente manzanas.

A diferencia de otras formulaciones no registradas que se intentan comercializar en nuestro territorio, contraviniendo las normas de comercialización requeridas para los productos fitosanitarios, SmartFresh™, en su proceso de autorización y registro, ha sido sometido a rigurosos procesos de evaluación por expertos independientes, siendo registrado y homologado en múltiples países, que permiten garantizar la seguridad de su uso y su efectividad.

Es fundamental que productores y distribuidores opten por soluciones contrastadas y aprobadas por las autoridades europeas y locales para evitar riesgos en la calidad de la fruta, en su comercialización y en la confianza del consumidor.

Numerosos productores y exportadores han implementado SmartFresh™ con resultados excelentes. Por ejemplo, empresas en Europa y América han logrado extender significativamente la vida útil de sus manzanas sin comprometer su calidad. Según datos de AgroFresh, algunos

productores han reducido hasta en un 50% las pérdidas por deterioro, consiguiendo que sus frutas lleguen en condiciones óptimas a mercados lejanos, como Asia y Medio Oriente.

En países como España, donde la exportación de manzanas es clave, SmartFresh™ ha contribuido a que las variedades más demandadas, como Golden Delicious y Gala, mantengan su textura y sabor por más tiempo en los puntos de venta, asegurando una mejor rentabilidad para los productores y mayor satisfacción para los consumidores.

UN COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD Y LA CALIDAD

Además de sus beneficios en la conservación, el uso de SmartFresh™ contribuye a la sostenibilidad del sector frutícola. Al ayudar a reducir las pérdidas postcosecha, se minimiza el desperdicio alimentario y se optimiza el uso de recursos como agua y energía en la producción de manzanas. Este enfoque sostenible es cada vez más valorado por los consumidores y por la industria alimentaria en su conjunto.

En conclusión, la tecnología de postcosecha sigue mostrando su impacto positivo en la cadena de suministro de frutas, contribuyendo en proporcionar manzanas más frescas, con mayor vida útil y menos desperdicio. En un mundo donde la eficiencia y la calidad son esenciales, soluciones como SmartFresh™ representan un aliado vital para productores, distribuidores y consumidores.

mafroda.com

in



Giró apuesta por la innovación, la eficiencia y la mejora continua

David Porta, director de estrategia de negocios y exportación de Grupo Giró, explica el cierre del ejercicio 2025, año del centenario de la empresa

■ **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**
El año 2025 fue especialmente significativo para Grupo Giró, que conmemoró el centenario de la compañía, fundada en 1925 por Ezequiel Giró i Prat.

David Porta, director de estrategia de negocios y exportación del grupo, explica que “a lo largo de este siglo, Giró ha desarrollado su actividad en el ámbito del envasado de frutas y hortalizas, apostando de forma continuada por la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica”. Según añade, “este enfoque nos ha permitido evolucionar y consolidarnos como un referente internacional dentro del sector hortofrutícola”.

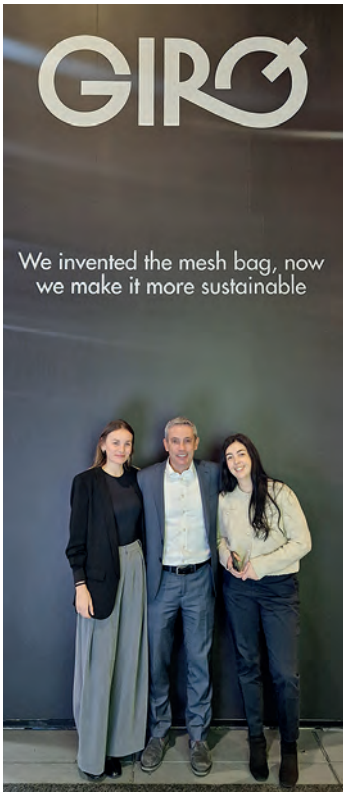
■ CENTENARIO

El centenario ha servido para repasar la evolución de la compañía y reconocer la contribución de las personas que han formado

parte de su crecimiento, así como la confianza de clientes, colaboradores y socios a lo largo de estos cien años.

En este contexto, Giró ha llevado a cabo una actualización de su identidad corporativa, alineada con la evolución de la empresa y con sus objetivos de futuro. En la misma línea, Serfruit, compañía que forma parte del Grupo Giró desde 2022, también ha renovado su imagen, avanzando en la integración entre ambas empresas.

Con el cierre del año del centenario, Giró da por concluida esta etapa con —según señala Porta— “la voluntad de seguir avanzando en el desarrollo de soluciones eficientes y sostenibles, manteniendo los valores que han definido a la compañía desde sus inicios: responsabilidad, pasión y visión a largo plazo, y contribuyendo al progreso del sector



David Porta junto a su equipo de estrategia de negocio, Iris Navarro y Andrea Uztiverea. / Ó. ORTEGA

hortofrutícola y al desarrollo sostenible de las zonas donde operamos”.

■ SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad forma parte esencial de su estrategia empresarial. Porta explica que la compañía actúa en dos horizontes: “a corto plazo, impulsamos la eficiencia operativa y la innovación para reducir nuestra huella ambiental; y a medio y largo plazo, avanzamos hacia un modelo de negocio circular que busca generar un impacto positivo y duradero para todos nuestros grupos de interés”.

“Llevamos 40 años liderando la refrigeración industrial”

Josep Llorens, gerente de Ilerfred, repasa los últimos avances en refrigeración industrial y atmósfera controlada

■ **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**
Con 40 años de trayectoria en el sector de la refrigeración industrial y la atmósfera controlada, Industrial Leridana del Frío SLU, bajo su nombre comercial Ilerfred, se ha consolidado como un referente de experiencia técnica en la industria hortofrutícola. Según relata su gerente, Josep Llorens, “la empresa ha evolucionado hacia instalaciones cada vez más sofisticadas que integran una vasta red de sensores y software especializado para garantizar una gestión, control y mantenimiento de máxima eficiencia”, y añade que “bajo el paradigma de la Industria 4.0, Ilerfred trabaja en la automatización de procesos mediante tecnología de vanguardia, apostando por la eficiencia global y el desarrollo de soluciones propias in-house”.

Dentro de su ecosistema digital, destaca Isycad, una plataforma para la gestión integral de procesos donde se puede incorporar el Módulo Green, una solución diseñada para sincronizar y derivar la producción de energía fotovoltaica directamente a la generación de frío. A esta tecnología se suma Madurfresh, un software especializado en el control de la maduración de frutos climatéricos como el plátano, el aguacate y el mango. Este sistema permite que incluso



Josep Llorens. / Ó. ORZANCO

frutas que requieren largos periodos de refrigeración, como la manzana o la pera, alcancen su punto óptimo de consumo con total precisión.

■ SOLUCIONES SOSTENIBLES

Manifiesta Llorens que “en el ámbito de la sostenibilidad, la tendencia actual se orienta hacia la autogestión inteligente de las centrales frigoríficas” y argumenta que “para lograrlo, Ilerfred dispone de un departamento de I+D+i propio, clave en la optimización del consumo energético y la reducción del impacto ambiental”. Esta búsqueda

de eficiencia influye incluso en decisiones técnicas críticas como, por ejemplo, la elección entre evaporadores impelentes o aspirantes en cámaras de conservación. Una decisión basada no sólo en criterios económicos, sino también en la calidad final del producto.

Complementando estas soluciones, la empresa destaca en sistemas de enfriamiento rápido. El *hydrocooling* (ducha de agua fría) permite eliminar el calor de campo hasta 10 veces más rápido que una cámara convencional, mientras que para frutos no aptos para el agua, los túneles de aire forzado logran reducir el tiempo de enfriamiento tradicional.

Finalmente, el desarrollo *in-hause* del sistema Iqualitysensor permite monitorizar la pérdida de masa y el asentamiento del fruto en tiempo real, facilitando decisiones comerciales basadas en datos objetivos.

En resumen, Josep Llorens enfatiza que “todo nuestro despliegue tecnológico tiene como objetivo final la máxima satisfacción del cliente preservando la calidad del fruto”, y destaca que “ofrecemos un acompañamiento integral que abarca desde el diseño de ingeniería hasta un servicio postventa eficiente y personalizado”.

Descubre los beneficios del nuevo Smart Citrus

Inteligencia Artificial

Interfaz más intuitiva

Mayor autonomía para personalizar los análisis

Trabaja en pantalla única

Incorporación rápida y autónoma de nuevos defectos

mafroda.com

in

JULIO MARÍN / Director general de Decco Ibérica

“Nuestra estrategia combina la experiencia global de la compañía con la adaptación local”

El objetivo de Decco es tan claro como ambicioso: “ayudar a mantener la calidad de la fruta desde la recolección hasta que llega al consumidor”. Julio Marín explica en esta entrevista desde la importancia de una buena estrategia en la gestión postcosecha hasta cómo y dónde está creciendo la empresa que dirige para llegar a los diferentes mercados donde opera ofreciendo soluciones eficaces adaptadas a las necesidades de cada producto hortofrutícola.

► **RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.**
Valencia Fruits. Decco es un clásico en la gestión postcosecha, ¿desde cuándo lo encontramos en el mercado español?

Julio Marín. Decco está presente en el mercado español desde 1967, lo que significa que llevamos cerca de seis décadas vinculados al sector hortofrutícola. Durante este tiempo hemos acompañado la evolución de la citricultura y de la gestión postcosecha en España, adaptándonos a los cambios del mercado, la tecnología y la normativa. Esta trayectoria nos ha permitido conocer muy bien las necesidades de productores y centrales hortofrutícolas, y seguir trabajando con un objetivo claro: ayudar a mantener la calidad de la fruta desde la recolección hasta que llega al consumidor.

Como curiosidad, la compañía se fundó en 1934 en California (EEUU) y el nombre DECCO proviene del acrónimo Decay Control, lo que refleja que la

protección y conservación de frutas y hortalizas ha formado parte de nuestra esencia desde el inicio.

VF. Hablando de mercados, ¿cuáles son los países en los que opera Decco? ¿Encuentran mucha diferencia entre unos y otros mercados?

JM. Desde Decco Ibérica operamos principalmente en España, Portugal, Francia y el norte de África. A nivel global, la compañía está presente en más de 40 países, lo que nos proporciona una visión muy amplia del sector hortofrutícola y de sus tendencias.

Cada mercado presenta sus propias particularidades: variedades cultivadas, condiciones climáticas, normativas fitosanitarias o modelos de comercialización. Por eso, nuestra estrategia combina la experiencia global de la compañía con una fuerte adaptación local. Buscamos que cada solución responda realmente a las necesidades de los clientes en su contexto productivo y comercial.

VF. En los últimos tiempos están ampliando las plantas de



Según Julio Marín, Decco está apostando por una comunicación más cercana y especializada, que permita visualizar el valor añadido de sus soluciones. / R. FUERTES

“Para nosotros es fundamental seguir ampliando el abanico de soluciones disponibles, ya que la gestión postcosecha requiere cada vez estrategias más integradas y adaptadas a las exigencias del mercado y de la normativa”

fabricación, ¿cuántas son y dónde se ubican?

JM. En los últimos años hemos reforzado nuestra red industrial para ofrecer un servicio más cercano y eficiente a los mercados donde operamos. Actualmente contamos con varias plantas de fabricación en diferentes países: dos en Estados Unidos, dos en España y una en Italia, Israel, Sudáfrica y China.

Esta red nos permite mejorar la capacidad de suministro, optimizar la logística y adaptarnos con mayor rapidez a las necesidades del mercado.

La incorporación más reciente ha sido la planta de Beniparrell, en Valencia, situada en una ubicación estratégica tanto para el mercado nacional como para la exportación, gracias a su proximidad a importantes vías de comunicación y al puerto de Valencia. Con esta instalación buscamos reforzar nuestra capacidad de servicio y estar todavía más cerca de nuestros clientes.

VF. Dentro de su amplio catálogo, ¿cuentan con productos exclusivos? ¿Cuáles?

JM. Sí, dentro de nuestro catálogo contamos con soluciones que aportan herramientas innovadoras para la gestión postcosecha.

Un ejemplo es Decco Zox, el primer formulado a base de azoxystrobin registrado en Europa para la postcosecha de cítricos. Se trata de una herramienta que permite reforzar las estrategias de control de enfermedades y ampliar las alternativas disponibles para los operadores del sector.

Para nosotros es fundamental seguir ampliando el abanico de soluciones disponibles, ya que la gestión postcosecha requiere cada vez estrategias más integradas y adaptadas a las exigencias del mercado y de la normativa.

VF. Para que ese catálogo siga evolucionando acorde a las necesidades del mercado y a la regulación normativa hay que continuar investigando, ¿cómo hacen frente a esa necesidad de continua innovación?

JM. La innovación es un elemento clave en nuestro sector. En Decco destinamos recursos propios a investigación y desarrollo, pero también trabajamos en colaboración con centros de investigación, universidades, startups y empresas tecnológicas que están desarrollando nuevas soluciones para la agricultura.

FABRICACIÓN Y ALQUILER DE VACUUM COOLERS

MÁQUINAS DE PREENFRIAMIENTO RÁPIDO POR VACÍO

Para enfriamiento de Iceberg, Romana, Batavia, Trocadero, col, escarola, espinacas, brócoli, fresas, etc..
Tiempos de ciclo inferior a 25'.

CÁMARAS PARA ENFRIAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE VEGETALES

Dimensionado de cámara y actualización de existentes.
Estudio, construcción, instalación de equipos frigoríficos.
Legalización de instalaciones frigoríficas y de baja tensión.



MOELCO
LEVANTE, S.L.

C/ Orión nº13-Polígono. Industrial La Estrella
30700 Torre-Pacheco (Murcia)
Tel.: 968 33 61 75
moelcolevante@moelco.es - www.moelcolevante.es

"Cada cultivo presenta retos específicos en la fase postcosecha, relacionados con la conservación, el control de enfermedades o el mantenimiento de la calidad durante el almacenamiento y el transporte"

Este enfoque de innovación abierta nos permite incorporar conocimientos y tecnologías procedentes de diferentes ámbitos y acelerar el desarrollo de nuevas herramientas.

Además, estamos incorporando más profesionales con perfiles altamente técnicos y avanzando en la puesta en marcha de un nuevo laboratorio propio, que reforzará nuestra capacidad de investigación.

VF. *Decco es una marca con gran penetración en el sector citrícola, ¿es para ustedes un sector prioritario?*

JM. Si, el sector citrícola es uno de los pilares de nuestra actividad, especialmente en la región ibérica, donde se concentra las empresas productoras y exportadoras más importantes del mundo.

Llevamos muchos años trabajando junto a productores y centrales hortofrutícolas del sector, desarrollando soluciones específicas para mejorar la gestión postcosecha de los cítricos.

Se trata además de un cultivo con una fuerte orientación exportadora, por lo que la conservación de la calidad durante el transporte y la comercialización es clave.

"Queremos contribuir activamente a una cadena hortofrutícola más eficiente, sostenible y preparada para los retos del futuro, y seguir siendo un socio de confianza para nuestros clientes"

VF. ¿Qué otros productos protegen en la postcosecha?

JM. Aunque los cítricos tienen un peso muy importante en nuestra actividad, trabajamos con una amplia variedad de productos, como la fruta de pepita, fruta de hueso, tropicales, horticolas, etc. Cada cultivo presenta retos específicos en la fase postcosecha, relacionados con la conservación, el control de enfermedades o el mantenimiento de la calidad durante el almacenamiento y el transporte.

Nuestro objetivo es desarrollar soluciones que ayuden a gestionar mejor estos desafíos y a preservar el valor del producto a lo largo de toda la cadena de suministro. Esta diversidad de cultivos también refleja nuestro compromiso con diferentes cadenas productivas y mercados internacionales.

VF. *¿En qué líneas están trabajando actualmente?*

JM. El sector hortofrutícola afronta actualmente varios retos importantes: la necesidad de fomentar el consumo de frutas y hortalizas, las limitaciones en el uso de determinadas materias activas, las crecientes exigencias medioambientales y, en general, el desafío de reducir el desperdicio alimentario.

Desde Decco estamos centrando nuestros esfuerzos en desarrollar soluciones eficaces y sostenibles que ayuden al sector a afrontar estos retos. Al mismo tiempo, desde todas las áreas

estamos apostando por una comunicación más cercana y especializada, que permita visualizar el valor añadido de nuestras soluciones.

VF. *¿Cómo ve la posición de Decco en cinco años en el mundo de la gestión postcosecha?*

JM. En los próximos años queremos seguir consolidando nuestra posición como un



El director general de Decco Ibérica destaca que la compañía centra sus esfuerzos en desarrollar soluciones eficaces y sostenibles. / RAQUEL FUERTES

referente en soluciones postcosecha a nivel internacional. Nuestro objetivo es continuar creciendo junto al sector, desarrollando tecnologías que contribuyan a preservar la calidad de la fruta y a optimizar los procesos en las centrales hortofrutícolas.

Seguiremos apostando por la innovación, la digitalización y la sostenibilidad, así como por el desarrollo de alianzas estratégicas que impulsen nuevas soluciones. En definitiva, queremos contribuir activamente a una cadena hortofrutícola más eficiente, sostenible y preparada para los retos del futuro, y seguir siendo un socio de confianza para nuestros clientes.



DEALS DONE RIGHT.

  ha sido vendida a  	 se ha fusionado con 	  ha sido vendida a  
--	--	--

Presencia Global Experiencia Local

En el sector citrícola, el relevo generacional, la expansión o la integración con otros grupos son pasos naturales en el ciclo de vida de una empresa.

Contar con el asesoramiento adecuado marca la diferencia en una operación, favorece la gestión de una transición ordenada y ofrece una oportunidad de crecimiento bien aprovechada.

En Livingstone acompañamos a las empresas del sector en su evolución y reorganización societaria, buscando siempre los mejores socios y las condiciones más favorables para garantizar su continuidad y desarrollo.

+140

profesionales en todo el mundo

+65

operaciones al año

14

oficinas en **3** continentes

El Reportaje



Cuando las máquinas aprenden

Maf Roda apuesta por una automatización integral donde la inteligencia artificial y la robótica son las protagonistas en las centrales hortofrutícolas más innovadoras y eficientes

■ ALBA CAMPOS. ALZIRA

Son las 9 de la mañana y las instalaciones de Maf Roda en Alzira están en pleno funcionamiento. Los sonidos mecánicos se entrelazan con las charlas de los operarios que ya hace unas horas empezaron su jornada laboral. Entre la fábrica y la oficina, más de 350 empleados hacen que la maquinaria agrícola de Maf Roda cobre vida cada día desde que se inauguraron estas instalaciones hace casi 30 años.

■ MAF RODA EN EL PROCESO

Al llegar a Maf Roda, la organización se percibe de inmediato, todo se encuentra cuidadosamente estructurado y configurado para producir con la máxima eficiencia.

Lo que antes parecía futurista o sacado de los libros de ciencia ficción, hoy en día es una realidad que nos ayuda en nuestro trabajo avanzando procesos, eliminando errores y también, ¿por qué no?, enseñándonos nuevas maneras de hacer las cosas, más rápido y de manera más eficiente. “Ahora mismo lo más demandado es la IA. Si no vendes inteligencia artificial estás fuera en cualquier sector”, explica la directora de Marketing y Comunicación de Maf Roda, María Cabello, quien nos acompaña en este recorrido.

En las oficinas técnicas, ingenieros y programadores trabajan frente a varias pantallas donde se simulan procesos y



En Maf Roda hay un equilibrio entre la actividad humana y la automatización. / FOTOS ALBA CAMPOS

Con la inteligencia artificial el trabajo del operario no se pierde, se reinventa y se transforma. Lo que cambia no es la necesidad de trabajo humano, sino su naturaleza

se revisan datos de producción que para la mayoría pueden parecer piezas de un rompecabezas. Entre gráficos, códigos y modelos virtuales, se diseñan los sistemas que más tarde terminarán instalados en

centrales hortofrutícolas de los cinco continentes.

Se percibe en los despachos la precisión de la rutina. Aquí todos se encuentran remando en la misma dirección. Hay

cuatro áreas de especialización técnicas clave: electricidad, automatismos, mecánica y electrónica, están interconectadas. Y cada área tiene también subdivisiones como inteligencia artificial, visión artificial, robótica, espectrometría, etc.”, explica Cabello.

En la nave hay un equilibrio entre la actividad humana y la automatización, un ritmo que parece haber sido ensayado hasta la perfección. El amplio catálogo de la compañía permite realizar el proceso completo “desde que la fruta entra hasta que sale”, explica María Cabello. En una línea de manipulado, el recorrido de la fruta se produce con mucha precisión. Los frutos avanzan sobre rodillos, giran lentamente para que las cámaras analicen toda su superficie y pasan después al sistema de clasificación. En cuestión de segundos, cada pieza encuentra su camino dentro de la línea. En función de esa clasificación, la fruta se dirige a diferentes salidas. Si el cliente opta por el precalibrado, el producto se almacena en cajas o en bins y se traslada al frigorífico. Si pasa directamente a confección, existen diferentes tipologías dependiendo del pedido y de las preferencias del supermercado: cajas, cestas, bandejas, entre otros formatos. Una vez confeccionada en el envase solicitado, la fruta pasa al paletizador y, desde ahí, se dirige bien a cámara o directamente al camión para su expedición.

Ver las máquinas trabajando juntas es como una coreografía perfectamente diseñada, todo ocurre sin pausas, con una evidente sensación de coordinación, como comenta María Cabello, todas juntas “se hablan” mejor. En este sentido, a pesar de que los clientes de Maf Roda pueden adquirir únicamente aquella maquinaria que necesiten, desde la compañía recomiendan las instalaciones completas debido a que “si todas las máquinas del cliente son nuestras, es más sencillo realizar el control de todos los flujos. Podemos dar un mejor servicio al cliente porque todas nuestras máquinas conectan muy bien”. En estos casos en los que el cliente solicita un proyecto completo Maf Roda trabaja normalmente a un año vista, aunque siempre se pueden adaptar a las necesidades que surjan y ajustar plazos.

Pero, ¿qué ocurre después, cuando surgen complicaciones o dudas una vez la máquina ya empieza a operar en las instalaciones del cliente? La compañía tiene un riguroso servicio postventa especializado que se convierte en una de sus señas de identidad y de garantía de cara a los clientes. Maf Roda siempre pone a su disposición a ingenieros y técnicos que implican inmediatamente para poner solución al inconveniente. “Estamos permanentemente preparados, contamos con los recursos necesarios y nos desplazamos siempre que sea necesario, los técnicos reciben formación interna y asesoramiento para este tipo de situaciones que pueden darse con los clientes y existe un grupo de trabajadores que están de guardia para dar respuesta a cualquier problema”, explica María Cabello.

■ IA Y ROBÓTICA

Vivimos un momento en el que la inteligencia artificial está en boca de todos y abarca todos los ámbitos de la vida. Sin embargo, no es nada nuevo para Maf Roda, que lleva años desarrollando herramientas en las que la IA está presente. La maquinaria que utiliza inteligencia artificial para su funcionamiento es muy intuitiva, procesa grandes cantidades de datos para identificar patrones y mejorar su rendimiento automáticamente. Es decir, aprende de la información y los datos que se le proporcionan para agilizar procesos y ganar en eficiencia en cada cliente. Pero, más allá de la teoría, ¿cómo funciona esto en la práctica?, ¿qué hace realmente la IA?

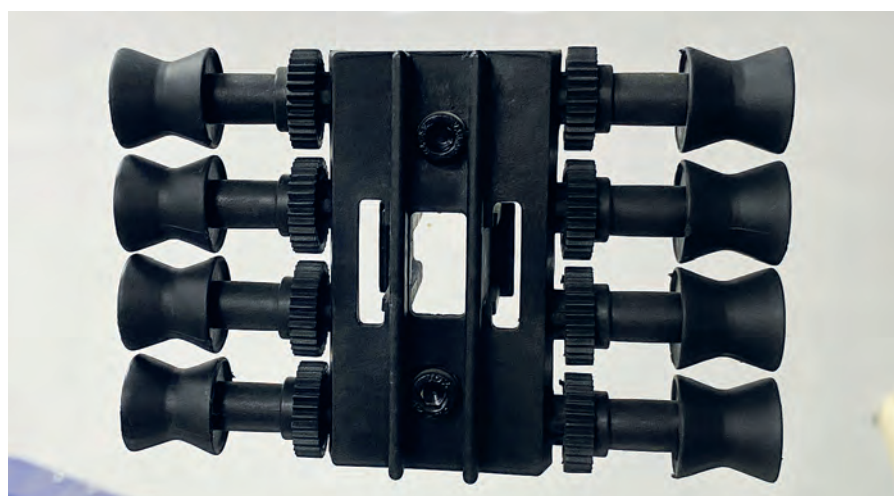
Vemos un ejemplo muy intuitivo. En una sala de control varias pantallas muestran imágenes ampliadas de frutas captadas por cámaras de visión artificial, uno de los puntos fuertes de la tecnología Maf Roda. En ellas aparecen manchas, cambios de color o pequeñas imperfecciones que el ojo humano apenas percibiría. Para los sistemas de inteligencia artificial, sin embargo, cada una de esas señales forma parte de un patrón que debe aprender a reconocer y que le ayudará en la tarea de clasificación o descarte de la fruta.

Imaginemos una línea de manipulado de cítricos en la que el sistema de calidad debe detectar defectos en la piel de la fruta. Con visión artificial se generan una serie de imágenes en diferentes longitudes de onda y “vemos esa imagen del cítrico y detectamos un tipo de defecto. Si le señalamos tres o cuatro frutas con ese mismo defecto, la máquina ya aprende que, cada vez que vea esa imperfección, debe poder actuar en consecuencia, según las pautas que le hayamos marcado”, explica María Cabello. De esta manera, la máquina reajusta sus parámetros a medida que se le va ofreciendo información. Cuanta más fruta pasa por la línea, más aprende el sistema y más se ajusta su clasificación a las necesidades de ese cliente.

Son muchos los que piensan eso de “la inteligencia artificial nos puede quitar el trabajo”, pero lo cierto es que, a pesar de que el sistema viene programado y precargado para empezar a funcionar, hay que indicarle al sistema bajo qué criterios quiere trabajar ese cliente concreto. Hay que enseñarle un poquito el camino”, afirma Cabello. Por tanto, el trabajo del



Maf Roda lleva años desarrollando herramientas en las que la IA está presente. La maquinaria que utiliza inteligencia artificial procesa grandes cantidades de datos para identificar patrones y mejorar su rendimiento automáticamente



Tareas que antes requerían una supervisión constante ahora disponen de la IA para ganar en automatización y rapidez de procesos, sin perder esa supervisión por parte de los trabajadores.

operario no se pierde, se reinventa y se transforma. Lo que cambia no es la necesidad de trabajo humano, sino su naturaleza, dando cada vez más importancia al valor añadido y reduciendo la implicación humana en tareas repetitivas susceptibles de automatización.

Tareas que antes requerían una supervisión constante ahora disponen de la IA para ganar en automatización y rapidez de procesos, sin perder la supervisión por parte de los trabajadores. En un momento en el que la escasez de mano de obra se está convirtiendo en un problema estructural, la automatización de procesos supone una solución para las centrales que implementan estos sistemas en su producción. “A medida que el cliente va pasando más producción, el sistema se va adaptando a cómo trabaja, va aprendiendo y reaprendiendo”. Así, cada instalación tiene un carácter único, adaptado

a las necesidades y formas de trabajar de cada cliente.

La automatización resulta imprescindible en la mayoría de sectores, pero en el hortofrutícola y agroalimentario aún más “ya no es una opción estratégica, es una necesidad real”, aseguran desde Maf Roda. La precisión, la velocidad y la calidad del encajado son factores clave para responder a las demandas del mercado global. Un mercado internacional en el que la compañía se encuentra y da servicio en gran cantidad de países. La empresa tiene filiales en Estados Unidos, México, Perú, Chile, Sudáfrica, España, Portugal, Francia, Italia, China, Nueva Zelanda, Australia, y el año pasado abrieron una filial en Egipto. Aunque servicio ofrecen a prácticamente todos los países productores. Maf Roda llega a países como Botswana, Kenia y Tanzania, Costa Rica o Panamá.

■ AUTOMATIZACIÓN Y ROBOTIZACIÓN

La producción no se detiene, pero se adapta constantemente. A pesar de que hay estándares de maquinaria dentro de Maf Roda bien definidos, siempre pueden realizarse ajustes y nuevas variantes adaptadas a las necesidades del cliente. Además, no tienen que ser siempre exclusivas de un tipo de fruta. Por ejemplo, las máquinas destinadas a cítricos pueden también servir para fruta de hueso grande. “Aunque se utilicen las mismas instalaciones y el mismo calibrador, el cliente puede seleccionar módulos distintos (módulo de cítricos, módulo de fruta de hueso) dentro del sistema de calidad, con unos parámetros u otros”, explica la directora de Marketing.

En la línea de procesado, el cambio se percibe casi sin detener la producción. Las piezas avanzan sobre los rodillos mientras el sistema ajusta los parámetros de clasificación en la pantalla de control. En cuestión de segundos, la misma máquina que minutos antes analizaba naranjas puede prepararse para trabajar con otro tipo de fruta. Para el operario, el cambio se realiza desde el software; para la línea de producción, apenas supone una breve transición antes de continuar su ritmo habitual.

En el catálogo de Maf Roda siempre hay una base tecnológica sobre la que se trabaja en cada máquina y a partir de ella se van estableciendo modificaciones adaptadas a cada central y forma de trabajar. También se pueden ir actualizando según cambian las necesidades. Además de reformas en las instalaciones “la maquinaria o una instalación de un proyecto tiene una vida útil de entre 10 y 15 años. Durante toda esa vida útil se pueden ir haciendo reformas y modificaciones en la instalación”, explica María Cabello.

En ese equilibrio entre tecnología y producto es una de las claves de la compañía “trabajamos con un producto extremadamente sensible cuyo principal valor reside en mantener intacta su calidad natural”, explica Cabello.

Tras este recorrido por las instalaciones y ese repaso de los procesos de una central hortofrutícola del siglo XXI lo que parece evidente es que las exigencias del mercado están cambiando y el sector se encuentra en la necesidad de seguirle el paso y reinventarse. En este sentido, Maf Roda se encuentra en constante movimiento buscando innovaciones tecnológicas punteras para satisfacer las necesidades de sus clientes, con una clara apuesta por la automatización integral, la inteligencia artificial aplicada y la robótica.

Mientras las líneas siguen funcionando y las pantallas continúan mostrando datos en tiempo real, en la nave de Alzira la actividad no se detiene, las máquinas siguen preparándose para aprender cada día evidenciando que el futuro ha alcanzado al presente.

CATsystem®: El salto definitivo hacia el control total en los tratamientos postcosecha

UN REPORTAJE DE JULIA LUZ PARA



Tranquilidad, control y eficacia. Estas tres palabras definen al revolucionario CATsystem® de Citrosol, un sistema pionero de consumo inteligente que mide, y corrige en línea y en tiempo real las concentraciones de fungicidas y otros componentes del caldo en centrales hortofrutícolas para asegurar la aplicación de las dosis eficaces de los tratamientos postcosecha.

Así lo explica Xavier Parra, doctor en Química y director de I+D+i de Citrosol, mientras nos guía por el túnel demostrativo de la “Experiencia CATsystem®”. La empresa valenciana, reconocida líder en el sector de la postcosecha, escogió este evento clave para presentar su gran apuesta tecnológica que, terminada la fase piloto, ya opera con éxito en diversos almacenes.

CATsystem® marca un antes y un después en la gestión de los tratamientos postcosecha, resolviendo una de las mayores preocupaciones en la industria: el control efectivo y en tiempo real de las concentraciones de las materias activas para un eficaz control del podrido y la seguridad alimentaria. “Este sistema está diseñado para dar tranquilidad a los operadores asegurando las dosis eficaces de cada tratamiento en cualquier momento del proceso”, señala Parra.

■ PUNTO DE PARTIDA

Para comprender la razón detrás de la creación de CATsystem®, nos remontamos a los principales retos de los almacenes de confección a la hora de realizar los tratamientos postcosecha. Uno de los más importantes, la reutilización del caldo manteniendo su eficacia. “Hoy en día, reutilizar el caldo de tratamiento es innegociable. No sólo en el ámbito medioambiental, porque necesitamos ahorrar agua y reducir residuos peligrosos, sino también porque es una necesidad operativa”, explica el director de I+D+i de Citrosol.

Cuando la fruta llega al almacén para su primer “baño” con fungicidas, desinfectantes y aditivos, y antes de la aparición del también pionero Sistema Vertido Cero® de Citrosol, el sistema tradicional requería drenar el drencher y preparar “nuevos” caldos frecuentemente, interrumpiendo todo el proceso del almacén. Esto resulta impensable en la actualidad debido a los grandes volúmenes de fruta que se manejan. “Con el volumen de fruta que llega, sería inviable trabajar sin reutilización de caldo, cuantas más toneladas se tratan con el mismo caldo, mejor, por varias razones”, añade Parra.

Sin embargo, reutilizar el caldo presenta sus propios problemas. A medida que los palets de fruta pasan y el caldo se recircula, acumula suciedad del campo, como tierra y arcillas, materia orgánica de la fruta, restos de otros tratamientos agrícolas... “formando una matriz compleja que afecta el mantenimiento de una eficacia constante y elevada del tratamiento”.

■ ¿CÓMO SE TRABAJA ACTUALMENTE?

Todos los sistemas actuales de aplicación del tratamiento postcosecha y reutilización del caldo se basan en la tecnología introducida por Citrosol hace más de 10 años con el Sistema Vertido Cero® y, básicamente, funcionan con un dosificador que se encarga de reponer



CATsystem® resuelve una de las mayores preocupaciones de la industria: el control efectivo y en tiempo real de las concentraciones de las materias activas a lo largo de todo el proceso. / CITROSOL

CATsystem® de Citrosol es un sistema pionero de consumo inteligente que mide, y corrige en línea y en tiempo real las concentraciones de fungicidas y otros componentes del caldo en centrales hortofrutícolas para asegurar la aplicación de las dosis eficaces de los tratamientos postcosecha

Al contrarrestar de forma automática y continua las alteraciones, CATsystem® facilita el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad que exigen los retailers, además de reducir las pérdidas por podrido a lo largo de toda la cadena gracias a mantener una eficacia máxima y constante en los tratamientos aplicados

el caldo perdido con cada palet de fruta. Parra describe así el proceso: “cada vez que pasa un palet, se lleva, por ejemplo, 10 litros de caldo porque sale mojado. Esos 10 litros hay que reponerlos para mantener el volumen del drencher y poder seguir tratando la fruta”. El dosificador, previamente programado, repone el volumen extraído aplicando las cantidades predeterminadas de cada producto en proporciones fijas, según la dosis recomendada. Además, el Sistema Vertido Cero, y la mayoría de los equipos alternativos del mercado, incorporan sistemas de filtración para eliminar parte de los sólidos presentes en el caldo. “No se consigue un agua completamente limpia, pero se hace un esfuerzo para reducir los sólidos acu-

mulados, así como una desinfección continua para mantener el caldo en condiciones seguras”, explica Parra. Así, se busca asegurar tres condiciones básicas: desinfección, filtración y reposición constante del caldo.

■ ALTERACIONES

El proceso parece sencillo y efectivo, pero en el almacén de confección ocurren diversas “alteraciones” que complican la situación. Se trata de “sucesos que ocurren en el entorno industrial y que modifican las concentraciones de todos los productos que aplicamos de forma totalmente aleatoria, tanto por arriba como, sobre todo, por debajo de las concentraciones objetivo”. Aunque existen muchas y otras tantas pasan desapercibidas, en

Citrosol destacan como más relevantes las siguientes:

— Absorción por parte de la fruta.

La fruta absorbe los productos aplicados, y la cantidad que retiene depende de múltiples factores, como el estado de madurez, la variedad y las características de la piel. “Dependiendo de estas condiciones, la absorción varía continuamente y no es predecible”, destaca Parra.

— **Errores humanos.** Durante el día, los operarios deben realizar diversas operaciones, como reponer las garrafas de los productos cuando se terminan. “Si el operario tarda en reponer el producto y el sistema sigue funcionando, se añade agua, pero no fungicida, y eso reduce la concentración”. Estas variaciones pueden ocurrir también, por ejemplo, durante las operaciones de limpieza, cuando pueden haber aportaciones de agua extra dentro del drencher y el caldo se diluye sin ningún tipo de control.

— **Entrada de suciedad y degradación de los fungicidas.** La tierra y la materia orgánica e inorgánica que llegan con la fruta, cajones y palets, y que son arrastradas al caldo crean una matriz compleja que puede reaccionar con los fungicidas y disminuir su concentración por degradación. Por otro lado, los sólidos en suspensión (arcillas, limos y arenas) también absorben parte de los productos, que como luego se eliminan, parcialmente, con el sistema de filtración conllevan reducciones en las concentraciones de los antifúngicos. “Son dos procesos de disminución de las concentraciones totalmente aleatorios, ya que la suciedad que viene de campo varía con cada partida de fruta”, añade Parra.

— **Absorción por parte de los materiales en contacto con el caldo.** Los materiales como plásticos y maderas que están en contacto con el caldo (cajones, bins, palets, componentes del sistema de aplicación, etc.) también absorben productos, en función del tipo de material y de su estado, alterando las concentraciones de los tratamientos.

— **Incidencias en el sistema.** A veces, como es lógico, el propio sistema de dosificación presenta fallos o averías. Aunque existen alarmas, “si el operario está ocupado, puede apagar la alarma sin resolver el problema o avisar al técnico”, lo que permite que una incidencia pase desapercibida.

— **Degradación por factores ambientales.** La luz y el calor también influyen, acelerando la degradación de los fungicidas, lo cual complica aún más el control de la concentración.

La suma de estos factores genera variaciones constantes en las concentraciones del caldo, que son difíciles de prever y gestionar de forma efectiva con los sistemas actuales.

■ CONSECUENCIAS

Estas alteraciones tienen consecuencias directas sobre la eficacia del tratamiento y la seguridad alimentaria. A medida que las toneladas de fruta pasan sin interrupción, la concentración real de los productos se ve modificada de forma aleatoria en mayor o menor medida debido a todos estos factores. Incluso en alguna ocasión, las frutas reciben dosis subletales, es de-

cir, concentraciones que están por debajo de la concentración objetivo. “En estos casos se pone en riesgo el control de las enfermedades en la fruta, se puede generar pérdida de control de la esporulación y hacer que se desarrollen resistencias con mayor facilidad”, señala Parra. En otros casos, se detectan concentraciones superiores a las objetivo, lo que representa un uso innecesario de producto, aumentando el coste y el riesgo de exceder los requisitos de los retailers en materia de reducción de residuos, e incluso el límite máximo legal de residuos en la fruta (LMR).

SITUACIÓN ACTUAL

Para intentar corregir este problema, los almacenes recurren a procedimientos de muestreo y análisis. Un técnico toma una muestra del caldo de tratamiento y la envía a un laboratorio externo, un proceso que puede tardar hasta dos días en proporcionar resultados. Sólo entonces se ajustan las concentraciones. Sin embargo, durante ese tiempo, las toneladas de fruta que han pasado por el almacén ya se han tratado con un caldo que puede que no tuviese en todo momento las concentraciones adecuadas de producto y, además, como la composición sigue variando en función de las alteraciones que van ocurriendo, cuando finalmente se aplican los ajustes, estos podrían llegar a aplicarse sobre una “imagen desfasada”, con concentraciones que en algunas ocasiones no se correspondan con las del análisis realizado.

Las implicaciones de los tratamientos realizados, por lo general, con las bajas concentraciones descritas son enormes, siendo la más relevante la generación de resistencias a él fungicida, o fungicidas, utilizado(s). La resistencia es un enemigo oculto que poco a poco va incrementando los porcentajes de podrido en volcadores hasta que comienzan las quejas y reclamaciones por podrido.

LA SOLUCIÓN DE CITROSOL: CATSYSTEM®

Para contrarrestar todas estas alteraciones y optimizar el control de las concentraciones en el tratamiento postcosecha, Citrosol ha desarrollado una solución innovadora: CATsystem®. “Lo que proponemos es añadir un módulo de análisis y control en tiempo real a nuestro sistema de dosificación existente,” explica Parra. Este nuevo tótem, se conecta directamente al tanque del caldo de tratamiento. Su función es tomar muestras del caldo de forma automática y continua, analizarlas al instante y, con los resultados obtenidos, enviar instrucciones precisas al dosificador para ajustar las dosis hasta alcanzar la concentración adecuada en tiempo real.

Este módulo de control inteligente complementa la dosificación preprogramada que ya realiza el sistema. “El dosificador sigue trabajando en modo preprogramado, que asegura que cada palet reciba la reposición básica de agua y productos necesarios para el baño de la fruta. Lo que hace el CATsystem® es controlar las alteraciones imprevistas que modifican las concentraciones,” describe Parra. Este ajuste continuo permite mantener las concentraciones de tratamiento siempre constantes dentro de los valores objetivo, y con ello la eficacia, consiguiendo un buen control de la esporulación, y previniendo la generación de resistencias, el exceso de residuos y la aparición de podrido.

RESULTADO

Al contrarrestar de forma automática y continua las alteraciones, y con ello las desviaciones en las concentraciones de productos, CATsystem® facilita enormemente el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad que exigen los retailers, además de reducir las pérdidas ocasionadas por podrido a lo largo de toda la cadena, desde el almacén hasta el consumidor, gracias a mantener siempre una eficacia máxima y constante en los tratamientos aplicados. “La tranquilidad

CATsystem® funciona mediante un ciclo continuo: toma una muestra del caldo, analiza los resultados en tiempo real, realiza las correcciones necesarias y luego vuelve a analizar para asegurar que los ajustes se han aplicado correctamente

que ofrece es ese ‘gap’ que cerramos: ya no hay incertidumbre sobre lo que está ocurriendo con las concentraciones mientras se realiza un análisis externo,” comenta el director de I+D+i de Citrosol. Gracias al control en línea y en tiempo real, el sistema elimina la necesidad de esperar para conocer los resultados de laboratorio. CATsystem® monitoriza y ajusta cada dosis de manera inmediata, “Con CATsystem®, el retorno de la inversión es rápido, porque disminuye posibles riesgos de fruta no comercializable por infra o sobredosificación y, al romper el ciclo de resistencias en el almacén, el control del podrido es mucho más efectivo a largo plazo,” añade Parra. Los niveles de resistencia se mantienen bajos, lo que implica una menor presencia de podrido en el producto final y genera una rentabilidad directa para el almacén.

Este nivel de precisión y control automático convierte a CATsystem® en una herramienta revolucionaria que no sólo optimiza la eficacia del tratamiento, sino que también actúa como un sistema de seguridad preventiva.



Xavier Parra, doctor en Química y director de I+D+i de Citrosol, durante la visita por el túnel demostrativo de la “Experiencia CATsystem” en una de las últimas ediciones de Fruit Attraction. / RAQUEL FUERTES



Este módulo de control inteligente complementa la dosificación preprogramada que ya realiza el sistema y asegura que cada palet reciba la reposición básica de agua y productos para el baño de la fruta, controlando las alteraciones imprevistas que modifican las concentraciones. / CITROSOL

El ciclo de trabajo de CATsystem®

CATsystem® funciona mediante el siguiente ciclo continuo: toma una muestra del caldo, analiza los resultados en tiempo real, realiza las correcciones necesarias y luego vuelve a analizar para asegurar que los ajustes se han aplicado correctamente. Este ciclo garantiza que las concentraciones se mantengan constantes, con lo cual los tratamientos siempre se aplican en las dosis correctas.

Una de las grandes ventajas es su compatibilidad con otros sistemas de Citrosol. Puede instalarse incluso en dosificadores antiguos, lo que facilita su integración en almacenes que ya operan con tecnologías de la empresa. Además, el sistema permite un registro detallado de todos los análisis y correcciones realizadas en el tratamiento de cada lote de fruta, garantizando su trazabilidad. Así, se puede saber en todo momento qué concentraciones de fungicidas y aditivos han sido aplicadas a cada lote, lo que garantiza el control y la transparencia.

El modelo de “renting” de Citrosol incluye tanto el equipo como el servicio completo. Esto significa que, además de contar con el sistema CATsystem®, los clientes también disponen de un mantenimiento preventivo periódico, calibraciones y revisiones para asegurar el buen funcionamiento del equipo. En caso de que surjan alarmas o incidencias, que pueden ser detectadas incluso en remoto mediante un sistema de avisos, el equipo técnico de Citrosol interviene rápidamente para resolver cualquier problema, lo que asegura una operativa continua y eficiente. ■

El futuro de los cítricos se cultiva hoy, se cultiva en el Santander



Para **potenciar e impulsar el desarrollo de tu negocio**, ponemos a tu disposición una amplia gama de soluciones adaptadas a tus necesidades y el asesoramiento de nuestros especialistas.

Es el momento

