

# valencia • fruits

21 de abril de 2026 • Número 3.145 • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



La cuota de mercado de las mandarinas europeas se ha desplomado un 18,9% en diez años, bajando del 80,5 al 61,6%. / ARCHIVO

## Los acuerdos de la UE penalizan al sector europeo de los cítricos

AVA-Asaja constata una pérdida de cuota de mercado del 8,6% en diez años

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un informe de AVA-Asaja, elaborado a partir de datos del Ministerio de Agricultura y entregado la semana pasada a representantes de la Comisión y el Parlamento Europeo en Bruselas, denuncia que los acuerdos comerciales de la UE con países terceros causaron una sustitución en la cuota de mercado del 8,6% de cítricos europeos por foráneos en diez años (2015-2025). Mientras la producción cultivada en la UE descendió del 71,1 al 62,5%, los cítricos procedentes de países terceros incrementaron su cuota de mercado en Europa del 28,9 al 37,5%. El caso más sangrante son las mandarinas, donde la cuota de las frutas europeas se desplomó hasta un 18,9% en diez años, bajando del 80,5 al 61,6%.

Ante este proceso de “alarmanente sustitución”, AVA-Asaja pide a las instituciones comunitarias que revisen todos los tratados comerciales en vigor —sobre todo Sudáfrica, Egipto, Turquía y Marruecos— y aquellos que van a ponerse en marcha —como Mercosur— de forma que la UE garantice una plena reciprocidad,

es decir, las mismas reglas de juego a las producciones europeas y foráneas que vengán a Europa; un estudio de impacto objetivo y creíble sobre el sector agrario; y cláusulas de salvaguardia automáticas y verdaderamente eficaces para actuar en caso de hundimiento de precios en origen.

### IMPORTACIONES RÉCORD

Las importaciones de cítricos alcanzaron en 2025 (con datos disponibles hasta octubre) un volumen de 1.931.711 toneladas, un 4,5% más que en el mismo periodo del año anterior y un 5,4% más respecto a la media de los últimos cinco ejercicios. En términos de valor, por primera vez las importaciones cítricas a la UE rebasaron la barrera de los 2.000 millones. Sudáfrica encabezó los envíos con un 49,4% del total, por delante de Egipto (19,8%), Turquía (6,5%), Marruecos (6,1%) y Argentina (5,2%).

Las naranjas procedentes de Sudáfrica sumaron 261.355 toneladas entre los meses de septiembre y noviembre de 2025, provocando una caída de la demanda de la variedad Navelina en el campo valenciano y español. Por su parte,

las naranjas importadas de Egipto entre los meses de enero y junio de ese mismo año ascendieron a 330.558 toneladas, solapándose con las naranjas Navel y Valencia. En cuanto a las mandarinas, las 111.916 t venidas desde Sudáfrica de septiembre a noviembre restaron cuota de mercado a las satsumas y clementinas tempranas de la Comunitat Valenciana.

AVA-Asaja ya denunció en la anterior visita a Bruselas que, desde la firma del último tratado con Sudáfrica, la producción de las mandarinas tempranas valencianas se había desplomado un 40% en una década, siendo reemplazadas en el mercado europeo por las sudafricanas.

El presidente de la organización, Cristóbal Aguado, acusa a Bruselas de “poner en marcha una estrategia comercial diseñada para sustituir los cítricos —y otros productos agrícolas y ganaderos— producidos en Europa por otros provenientes de países terceros, con el objetivo de venderles a cambio otros bienes industriales y de servicios. Para ello, la Comisión impone una burocracia asfixiante y exigencias cada vez

más draconianas a la producción europea, con el falso pretexto del ecologismo radical, que suben los costes de producción y, al mismo tiempo, abre las puertas de Europa a importaciones que son más competitivas porque no tienen que cumplir esos mismos estándares de seguridad alimentaria y medioambiente. Esto ni es libre mercado, ni es importar para complementar lo nuestro. Esto significa sustituirnos y sacrificarnos, aunque la UE ponga en riesgo su autosuficiencia alimentaria”.

En su visita a Bruselas, AVA también puso el foco en el tratado con Mercosur, que la Comisión aplicará provisionalmente el 1 de mayo. Aguado advierte de que “puede suponer la puntilla a nuestra citricultura, porque el vaso ya está desbordado. Bruselas no quiere ver el demoledor impacto que puede ocasionar la invasión del zumo de Brasil, donde es la primera potencia del mundo, y la supresión de aranceles tanto en zumo como en fresco. O la UE cambia su política comercial o continuará la sustitución de nuestra agricultura y ganadería, en detrimento de los productores y consumidores”.



### Esta semana

- 2** “La última esperanza”, artículo de opinión de Gonzalo Gayo
- 3** Marruecos propone limitar sus exportaciones de tomate a Europa y suspender envíos a África para estabilizar los precios en el mercado interno
- Relevo en la presidencia del Consejo Regulador de la DOP Melocotón de Calanda
- 6** Entrevista a Joaquín Rey (Director comercial y de operaciones de FruitGrowing Quality): “Los mercados tienen que adaptarse a cómo compran y trabajan sus clientes”
- 7** La cebolla surge como alternativa rentable para diversificar las explotaciones en Álava



<b>Sumario</b>	Agrocomercio .....	<b>3</b>
	Agrocultivos .....	<b>7</b>
	Noticias de Empresas .....	<b>10</b>
	Agrocotizaciones .....	<b>12</b>



valencia  
**fruits**

#### 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 OROÑOZ  
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

#### Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

#### Preimpresión

NERI TORRES VERGARA

■ neri.torres@valenciafruits.com

#### Administración y Suscripciones

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

#### Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

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



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: INDE UNLIMITED

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

#### Empresa asociada



## Tribuna Abierta

# La última esperanza

Por GONZALO GAYO

Los pequeños y medianos agricultores viven el peor momento de su milenaria historia pese a ser el pilar que sostiene la España rural, cada día más vaciada. La agricultura familiar afronta el jaque mate a una actividad que no encuentra relevo generacional a la vista, haciendo frente a los desafíos climáticos, y sequías, sufriendo las secuelas de conflictos internacionales, a los que se suma unos recortes de la PAC y falta de apoyo cuando piden ayuda para salir de tanta miseria e injusticias.

La renta media de un agricultor profesional es la mitad de la renta media en España sin llegar a superar el SMI fijado en 1.221 euros brutos al mes durante 2026. Y así llevamos 40 años, sin salir del pozo con un rendimiento neto medio anual en torno a 13.148 € anuales, mientras cada eurodiputado recibe la asignación bruta de 11.255,26 € al mes a los que sumar un sin fin de complementos. Mientras nuestros agricultores soportan un incremento del 74% en fertilizantes, del 68% en gasóleo agrícola, entre otros, los eurodiputados cobran de salario en un mes casi la renta media anual de un agricultor, además de 4.950 euros mensuales para gastos, 359 por día por asistir a su trabajo y los más de 28.412 euros al mes para contratar ayudantes... ¿Es mucho pedir que defiendan a nuestros agricultores por el bien de Europa? No se dan cuenta que tanta injusticia hacia los agricultores frente a sus privilegios avergüenza a los ciudadanos.

En la tierra más fértil de Europa, a esta orilla del Mediterráneo, en la Comunidad Valenciana, seguimos batiendo récords históricos en abandono de tierras agrícolas hasta un total de 179.994 hectáreas sin cultivar al cierre de 2025 sin que desde el Gobierno o la Comisión Europea hagan nada para evitar la tragedia que sufren nuestros agricultores desde hace décadas. Sólo en cítricos se han abandonado 2.762 hectáreas perdidas en el último año, el equivalente a unos 5.400 campos de fútbol y así en todo, por la falta de apoyo mientras siguen sin escuchar el grito de auxilio de la agricultura familiar en la huerta de Europa.



Los agricultores sufren el incremento de costes. / GONZALO GAYO

Ni ayudas para salir de tanta miseria, ni agua para poder sobrevivir a las sequías tras una traición más consumada en 2004 con la derogación del Plan Hidrológico Nacional para satisfacer intereses políticos a cambio de arruinar al campo valenciano y el sudeste mediterráneo español. El PHN aprobado en 2001 incluía un trasvase y presas para que el agua excedentaria de unas cuencas evitara la desertificación y el abandono que hoy sufre el sudeste español gracias al señor Zapatero que nos condenó a la miseria. Las sequías son uno de los factores más críticos para la agricultura valenciana, provocando pérdidas millonarias y acelerando el abandono de tierras.

El jaque mate llegará a partir de 2028, si en el Parlamento Europeo da la espalda al campo. La Comisión Europea que preside Von Der Leyen anuncia un recorte en el presupuesto de la Política Agraria Común (PAC) entre el 20% y el 30% pese a que hoy la agricultura necesita los mayores apoyos y ayudas para poder ver la última esperanza si es que hay un futuro. La pérdida de casi 100.000 millones de euros en la nueva PAC supondrá un recorte del poder adquisitivo para los agricultores en torno al 30%, hasta 8.000 euros en su renta convirtiendo la PAC en la carta de defunción de una actividad milenaria que levantó pueblos, culturas y nos alimenta para tener que morir por tanta incompetencia.

La gota que colmará el vaso será el acuerdo comercial entre la Unión Europea y el Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay), siendo una amenaza crítica para la rentabilidad

de las explotaciones familiares tras ser utilizados como moneda de cambio para beneficiar a la industria europea. En Bruselas no escuchan a los agricultores mientras en el Parlamento Europeo se conserva la última esperanza que haga revertir un presupuesto injusto y que ocasionará daños a los más débiles.

Tras 40 años de pertenencia a la UE, la agricultura familiar a esta orilla del Mediterráneo teme afrontar el capítulo final tras décadas de engaños y traiciones sin que nadie mueva un dedo para salvar a miles de familias

de agricultores. En apenas 27 años se ha reducido a casi a la mitad el número de explotaciones agrarias, exactamente un 46% en una "reforma agraria silenciosa" que acabará en jaque mate si nadie lo remedia. No debería ser muy complicado escuchar y atender las justas reivindicaciones del campo cuando el pasado diciembre de 2025 se aprobó sin problemas la última subida en el sueldo de los eurodiputados, con carácter retroactivo desde julio de ese año para situarse en los 11.255,26 al mes, con un incremento de 2.771 euros mensuales, un 33% más de acuerdo con la información proporcionada por Eurostat. Mientras disfrutan de tantos privilegios, los pequeños y medianos agricultores no tiene para vivir con rentas de miseria. No cabe mayor injusticia hacia quienes nos alimentan con su esfuerzo y sacrificio. La última esperanza es que Europa recobre su dignidad perdida y defienda con uñas y dientes a sus agricultores antes de que sea demasiado tarde.

Los pequeños y medianos agricultores necesitan rentas que se equiparen a la media nacional, con pensiones dignas y la salvaguarda de sus cosechas para alimentar a Europa por pura justicia. Los agricultores necesitan agua para dar vida al campo y a nuestros pueblos, así como el reconocimiento a su labor frente a tantos privilegios e injusticias de unos pocos. La última esperanza es que desde Europa defiendan el futuro del campo ya que no cabe una sola injusticia ni traición para quienes lo dan todo por nuestra alimentación a cambio de rentas y pensiones de miseria.

#### LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## Marruecos propone limitar sus exportaciones de tomate a Europa y suspender envíos a África

La medida busca frenar la escalada de precios en el mercado doméstico

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Gobierno de Marruecos ha propuesto paralizar por completo sus exportaciones de tomate a países africanos y restringirlas parcialmente a Europa, con el objetivo de estabilizar los precios en el mercado interno, que hace dos semanas alcanzaron los 15 dirhams por kilo (1,4 euros).

Según confirmaron fuentes de la Federación Interprofesional de Fruta y Legumbres (Fifel), la medida fue propuesta el pasado 13 de abril por la Agencia Independiente de Control y Coordinación de Exportaciones, organismo dependiente del Ministerio de Agricultura. Fuentes del sector confirman que no han recibido ninguna notificación oficial con la prohibición de exportar, pero las autoridades de Marruecos sí que han pedido a algunos operadores que refuercen el



La reducción del volumen disponible ha derivado en una subida de los precios. /VF

Los exportadores de Marruecos constatan que se trata de una situación temporal ante el encarecimiento de los precios en el mercado interno

suministro destinado al mercado local para controlar los precios.

Los exportadores constatan que se trata de situación temporal ante el encarecimiento de los precios en el mercado interno. De hecho, desde el propio sector se advierte de las posibles repercusiones que esta decisión podría tener sobre la credibilidad de los exportadores marroquíes en los mercados internacionales.

En esta línea, desde Fifel se alerta de que los exportadores marroquíes mantienen compromisos contractuales tanto con socios africanos como europeos, por lo que el incumplimiento de estos acuerdos podría propiciar la búsqueda de proveedores alternativos en países competidores.

No obstante, tras reforzar el suministro local, los efectos ya se han dejado notar en el mercado doméstico. Así, en establecimientos del centro de Rabat, el precio del tomate ha pasado de los 14 dirhams por kilo (1,3 euros) registrados hace dos semanas a los 11 dirhams (1 euro) de la semana pasada, evidenciando una tendencia a la baja.

Hay varios factores que han provocado la subida de los precios en el mercado nacional marroquí. La afectación de invernaderos por la borrasca de finales de febrero y la presión de las plagas han derivado en una reducción del volumen de producción y en una subida de precios.

En términos de comercio exterior, Marruecos exportó en 2024 un total de 767.347 toneladas de tomate fresco, con un valor estimado de 975 millones de euros, según datos de la base Trade Map. La Unión Europea concentró el 75,6% del volumen exportado, mientras que el Reino Unido representó el 16,58%, consolidándose como los principales destinos del tomate marroquí.

## Relevo en la presidencia del Consejo Regulador de la DOP Melocotón de Calanda

Ramón González, presidente de La Calandina, sustituye a Samuel Sancho destituido después de casi 18 años en el cargo

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Ramón González es el nuevo presidente del consejo regulador de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda.

Sustituye a Samuel Sancho, quien, después de casi 18 años en el cargo, ha sido cesado por el Consejo, alegando “pérdida de confianza al tomar decisiones sin contar con la junta”.

Le reprochan el hecho de que Melocotón de Calanda, junto a las denominaciones del Ternasco de Aragón y del Jamón de Teruel; presentara un proyecto para captar fondos europeos y no lo llevara a la junta hasta después de recibir el visto bueno.

También que hace más de un año la directora de certificación, Ana Omedes, trasladó a Sancho que la pegatina que se incluye en todos los melocotones para certificar su procedencia no estaba registrada, algo que desconocía el presidente hasta ese momento. Si lo estaba la imagen y la etiqueta. Sancho comunicó entonces a la directora la orden de patentar la pegatina con discreción para evitar que alguien

se pudiera adelantar y registrar antes el stick.

Igualmente, influyó en su destitución el hecho de que la directora de certificación del Melocotón de Calanda, Ana Omedes, haya pasado a trabajar también para la DOP Aceite del Bajo Aragón. Ambas denominaciones comparten sede en Alcañiz (Teruel).

En declaraciones al periódico La Comarca, Sancho, además de matizar y rechazar los motivos de su destitución, ha asegurado que siempre ha actuado en beneficio de la denominación, que se va “con la cabeza bien alta” y “muy orgulloso” de todo lo conseguido durante el tiempo que ha presidido el consejo, un cargo no remunerado.

Apunta que de estos casi 18 años queda como legado, entre otros muchos logros, “el reconocimiento nacional e internacional que tiene el Melocotón de Calanda” y la consecución de nuevas variedades que ayudan a alargar la campaña e incrementar la producción. Su cese ha adelantado una renovación

que, según adelantó a Valencia Fruits, pretendía activar en diciembre, pues no se iba a presentar a la reelección. Su intención era haberse quedado un tiempo prudencial ayudando en el traspaso de competencias a su sustituto.

De hecho, tras conocer el nombramiento de Ramón González le llamó para felicitarlo y se puso a su disposición “por si necesita algo, y además es que somos amigos y me alegro por él”. Votaron a favor de sus destitución siete miembros del consejo, uno lo hizo en contra y dos se abstuvieron.

Por otro lado, el Consejo Regulador aprobó por unanimidad el nombramiento de Ramón González como cabeza visible de “un organismo que, desde hace más de 25 años, protege, certifica y garantiza la calidad de un producto único, defendiendo el origen, el trabajo en el campo y el valor de lo bien hecho”.

González, de 68 años, es agricultor y preside desde hace 21 años la cooperativa la Calandina que, en sus redes sociales,

Nuevo presidente  
DOP Melocotón de Calanda

Ramón González, presidente de La Calandina



Ramón González, nuevo presidente de la DOP Melocotón de Calanda. / LA CALANDINA

señalaba que “este nombramiento es también un reconocimiento a toda una trayectoria ligada al sector, al compromiso con la calidad y a una forma de trabajar que empieza desde la raíz”.

Dicha cooperativa se mostraba orgullosa de su presidente “porque detrás de este paso hay años de trabajo, de equipo y de defensa de un melocotón que se diferencia por su cuidado: amarillo, embolsado y trabajado uno a uno. Comienza una nueva etapa, con la ilusión de seguir

impulsando y protegiendo lo que es de todos”.

El nuevo presidente ha anunciado que va a seguir “en la misma línea que ha dejado Samuel Sancho y antes Javier Tello, a los que tengo un gran respeto y seguiré sus consejos porque han invertido mucho tiempo de su vida en intentar dar al Melocotón de Calanda el realce que merece”. No obstante, señala que introducirá “alguna novedad” que empezará a exponer a finales de abril, cuando se reúna con el consejo regulador.

# Kaki, una visión global

El mapa mundial muestra el liderazgo productivo de China y el papel estratégico de España en exportación

**► PACO BORRÁS. (\*)**

El kaki no es una de las primeras frutas a nivel mundial y hasta hace una década, aunque aparecía en las estadísticas de producción, aún no tenía número estadístico de exportación (081070).

Ha sido un producto de consumo doméstico básicamente en muchas zonas de Asia y en el Mediterráneo sólo había encontrado una cierta relevancia en Italia y España con variedades locales astringentes y en Israel a partir de la aparición del Triumph (Sharon).

Podemos ver en la Tabla 1 la evolución de la producción mundial durante el actual siglo con los principales países productores.

Como vemos China representa el 70% de la producción mundial y mantiene su posición. Corea y Japón son los únicos países que han perdido cosecha en este pe-

riodo, Israel creció para volver a su posición inicial, Italia se mantiene estable con sus cerca de 50.000 toneladas y los grandes crecimientos los tienen España, Azerbaiyán, Brasil, Taiwan y Uzbekistán.

El caso de España se debe exclusivamente al caso de su variedad local, Rojo Brillante, y de la implantación de la tecnología para quitar la astringencia y la aplicación de los diferentes gases de conservación.

Si ahora observamos en la Tabla 2, la evolución de las exportaciones en la década de la que disponemos vemos que durante este periodo, España, Azerbaiyán y China mantienen su liderazgo, pero dentro de los tres España pierde peso, ya que al principio representaba el 33% y ahora sólo el 28% de todas las exportaciones, mientras que los otros dos países



**El sector productor del kaki en España probablemente no supo explotar el éxito de haber posicionado un fruto tan bueno y luego gestionar su crecimiento manteniendo su valor**

crecen en peso sobre el total y especialmente China.

Israel, Corea, Sudáfrica y Líbano, que estaban en la lista de 2013,

desaparecen en las exportaciones de este último año. Su puesto lo ocupan Uzbekistán, Kazajstán, Grecia y Egipto.

**■ EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN ESPAÑA**

España tuvo un crecimiento productivo que alcanzó su máximo alrededor del año 2020 y estuvo alrededor de las 450.000 toneladas para, a continuación, entrar en un retroceso provocado en parte porque los resultados a la producción no fueron aceptables en ese periodo. El descenso productivo no fue el mismo por

**Producción de 2000 a 2024 (toneladas)**

PAÍS	2000	2010	2020	2024	Variación %
China	1.591.900	2.589.100	3.471.300	3.929.729	146,86%
España	33.000	125.280	450.000	390.000	1081,82%
Corea	287.847	390.630	198.817	223.629	-22,31%
Azerbaiyan	70.266	142.188	185.247	192.366	173,77%
Brasil	63.300	167.215	158.762	177.610	180,58%
Japón	278.800	189.400	193.200	167.300	-39,99%
Taiwan	23.891	58.401	69.708	64.676	170,71%
Uzbekistán	16.000	38.000	85.100	63.797	298,73%
Italia	42.450	48.165	48.000	52.000	22,50%
Israel	14.205	28.201	21.908	14.503	2,10%
<b>TOTAL</b>	<b>2.442.512</b>	<b>3.819.009</b>	<b>4.959.000</b>	<b>5.368.000</b>	<b>119,77%</b>

Tabla 1. / FUENTE. FAOSTAT.

**Exportaciones mundiales (toneladas)**

PAÍS	2013	PAÍS	2020	PAÍS	2020
España	130.959	España	210.088	España	170.116
Azerbaiyán	95.118	Azerbaiyán	146.092	Azerbaiyán	154.284
China	35.799	China	71.609	China	112.414
Israel	13.084	Uzbekistán	47.414	Uzbekistán	85.742
Corea	7.379	Georgia	8.029	Georgia	8.292
Georgia	6.781	Italia	5.616	Kazajstán	7.513
Sudáfrica	5.809	Corea	5.463	Italia	7.099
EEUU	5.440	Kazajstán	5.455	Grecia	6.449
Italia	3.719	EEUU	4.573	EEUU	5.185
Líbano	2.300	Israel	3.110	Egipto	3.825
<b>TOTAL</b>	<b>411.720</b>	<b>TOTAL</b>	<b>582.247</b>	<b>TOTAL</b>	<b>603.723</b>

Tabla 2. / FUENTE. TRADEMAP.

**Hectáreas en España**

	2010	2015	2020	2025
C. Valenciana	5.469	14.659	15.640	<b>14.054</b>
Andalucía	342	1.498	1.395	<b>664</b>
Cataluña	6	19	292	<b>139</b>
Extremadura	0	209	113	<b>86</b>
Aragón	2	47	127	<b>65</b>
Región de Murcia	8	51	27	<b>9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5.927</b>	<b>16.483</b>	<b>17.594</b>	<b>15.017</b>

Tabla 3. / FUENTE. ESYRCE. Ministerio de Agricultura de España.

**Valores de las exportaciones (en toneladas, miles de € y €/kg)**

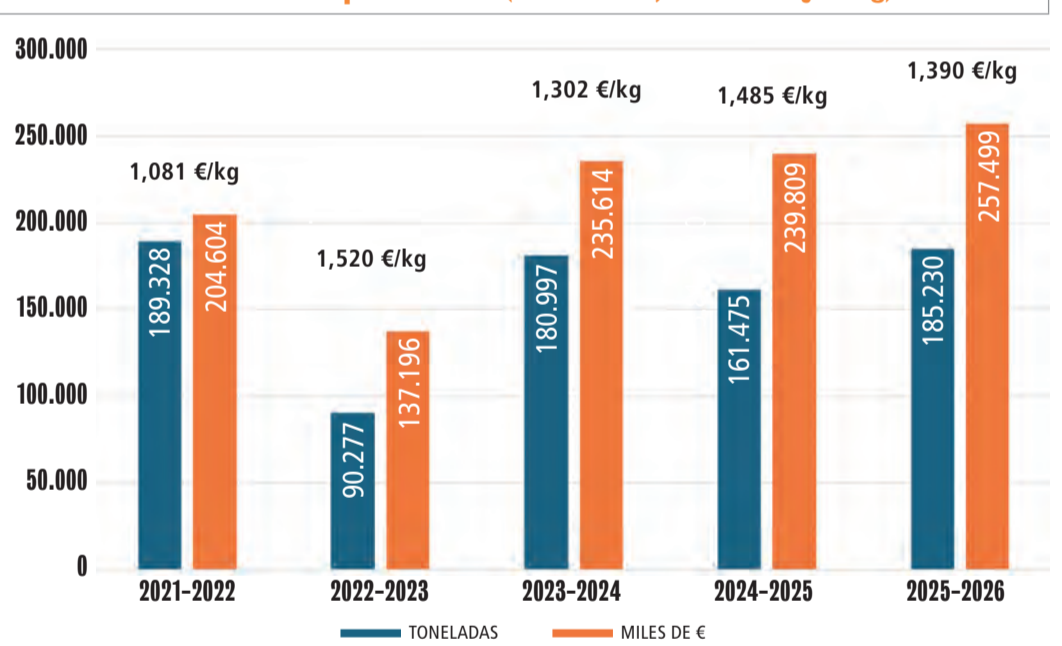


Gráfico 1. / FUENTE. INTRASTAT.

**Exportaciones por meses (en toneladas)**

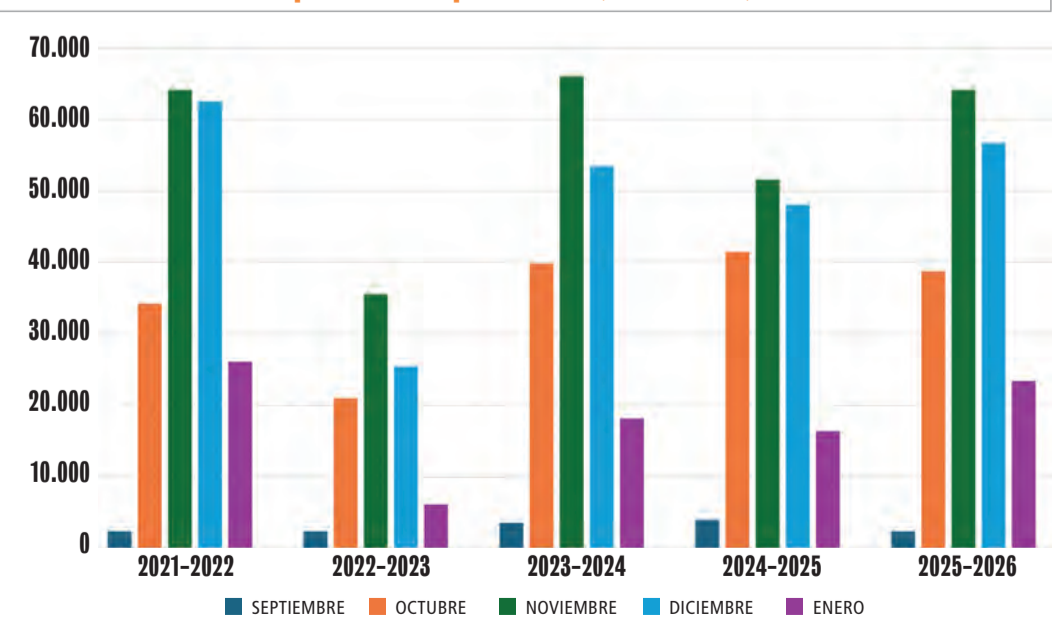


Gráfico 2. / FUENTE. DATACOMEX.

### Los costes de producción han aumentado mucho por el incremento de plagas, el coste de los tratamientos y la dificultad de encontrar materias activas válidas para las enfermedades teniendo en cuenta la gran limitación que impone la Unión Europea

zonas como podemos ver en la Tabla 3.

En el ajuste, Valencia, y en particular la Ribera del Xúquer, de donde es originario el Rojo Brillante, mantiene el 94 % de la producción de kaki en España.

Pero, a lo largo de los últimos años la producción del kaki se está enfrentando a una serie de problemas que han provocado la bajada de producción que se observa tanto en volumen como en superficie. En el cultivo la aparición de plagas, el cotonet, en particular, de difícil control con las actuales materias activas autorizadas, una bajada general de la productividad y el incremento de costos generalizado de los últimos años son las razones principales de estos descensos.

Pero, en el fondo de esta situación se vislumbra que, desde el punto de vista comercial, el sector productor del kaki en España probablemente no supo explotar el éxito de haber posicionado un fruto tan bueno y luego gestionar su crecimiento manteniendo su valor. Desgraciadamente, en algunos momentos de las campañas se convierte en carne de promoción y cuando estas situaciones se producen es muy difícil recuperar los niveles para que los resultados sean aceptables para la producción. Cuando se pierde el respeto de los compradores, el trabajo en origen se convierte en un calvario. Porque el respeto de los consumidores se mantiene, pero falta llegar al de los compradores.

#### DESARROLLO DE LAS ÚLTIMAS CAMPAÑAS EN ESPAÑA

Las últimas campañas en España se han visto muy afectadas por las inclemencias climáticas, en particular las acaecidas en la comarca clave, la Ribera del Xúquer. En 2022 una primavera extraordinariamente lluviosa provocó un fallo muy grande del proceso de cuaje, en 2023 una serie de tormentas de granizo

mermaron enormemente la producción y en 2024 la DANA del 29 de octubre afectó directamente la cosecha. Podemos decir que esta última campaña ha sido más o menos normal en cuanto a la cosecha, si bien ya ha notado la merma de hectáreas.

Podemos ver las exportaciones de estas últimas campañas en el Gráfico 1 y descubrir una campaña de resultados medios que, sin embargo, no suponen para la producción una gran campaña, ya que los costos de producción han aumentado mucho por el incremento de plagas, el costo de los tratamientos y la dificultad de encontrar materias activas válidas para las enfermedades teniendo en cuenta la gran limitación que impone la Unión Europea.

Sin embargo, la consolidación de la variedad Rojo Brillante sin astringencia o Persimon, tanto en el mercado español y en exportación como la fruta del otoño de gran reconocimiento por su calidad estética, gustativa, sin pepitas y con un gran aprovechamiento para el consumidor, implica un posicionamiento para los lineales de la distribución durante sus cuatro meses de campaña.

Para mejorar el posicionamiento del Persimon, es importante equilibrar y alargar su campaña lo máximo posible con una calidad aceptable para el consumidor. En estos momentos estamos lejos de la época en que los kakis se recolectaban todos en noviembre ya que la campaña es claramente de cuatro meses como vemos en la Gráfica 2 de cargas mensuales.

Actualmente las cargas más importantes se mantienen en todas las circunstancias en noviembre, pero es una evidencia que rebajar esa punta podría ser determinante para "serenar" los precios, ya que como vemos en el Gráfico 3 la bajada que se produce entre octubre y noviembre es una caída de la que no es fácil

### Precios por meses y promedio de campaña

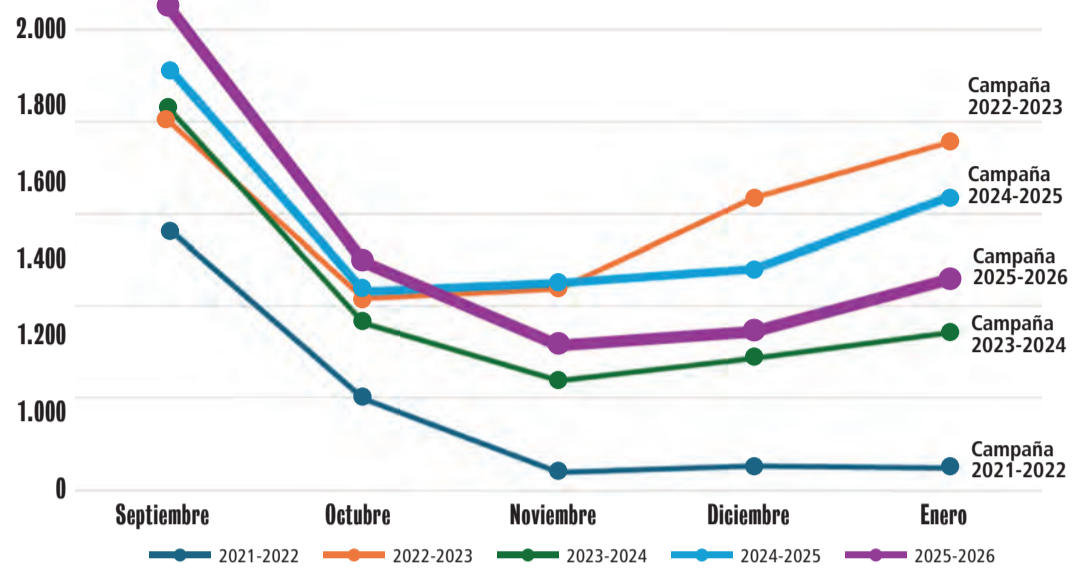


Gráfico 3. / FUENTE. DATACOMEX.

recuperarse y siempre queda la sensación de haber quedado en noviembre kilos que luego le han faltado al mercado en diciembre y enero.

#### APUNTES FINALES

Para posicionar en la mente del consumidor final, del responsable de la tienda, del comprador de la cadena, del vendedor del

mercado y del tendero de la tienda de barrio, que no hay ninguna fruta del otoño con la calidad del Persimon, es necesario que los operadores comerciales, privados y cooperativas, se lo crean.

Una vez convencidos, es fácil explicar que no tiene ningún sentido que los precios de venta al público estén tan por debajo de los kiwis, los aguacates, las uvas

sin pepitas de Perú o las manzanas club. Y en particular de cara a las cadenas porque les va a facilitar un incremento ventas, con un producto de proximidad que no tiene competencia.

Es el trabajo que tenemos por delante.

(\* ) Consultor hortofrutícola internacional





POWERED BY



## EL EVENTO

# CITRÍCOLA

MÁS IMPORTANTE DE EUROPA

## 4 & 5 JUNIO 2026

PALACIO DE CONGRESOS · VALENCIA

- PLAGAS Y ENFERMEDADES
- NUTRICIÓN Y FISIOLÓGIA
- NUEVAS VARIEDADES
- INNOVACIÓN
- Y MUCHO NETWORKING

¡INSCRÍBETE YA!

WWW.CITRUSFORUM.ES

CONECTA · APRENDE · EXPERIMENTA

## “Los mercados tienen que adaptarse a cómo compran y trabajan sus clientes”

Joaquín Rey afirma con rotundidad en esta entrevista que “Mercamadrid como unidad alimentaria cuenta con fortalezas muy claras y tiene garantizado su futuro”, algo que no está reñido con el imperativo de evolucionar en un contexto transaccional y logístico que está cambiando a gran velocidad. Las renovadas exigencias de los compradores, la necesidad de los productores de acceder a mercados activos con gran número de puntos de venta, la imparable evolución hacia un modelo de plataforma logística y la necesidad de los mayoristas de adaptarse “en servicio, en agilidad, en propuesta de valor” para seguir creciendo exigen una transformación del sector. Rey analiza la compleja coyuntura actual desde la perspectiva que proporcionan más de 40 años de relación con Mercamadrid sin olvidar el papel esencial del vínculo como ventaja competitiva de los mercados mayoristas.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Joaquín, recientemente se ha publicado una entrevista suya en la que hablaba sobre Mercamadrid y las dificultades que encuentra el sector de Frutas y Hortalizas para garantizar el futuro si no se acometen cambios estructurales, ¿cuál es exactamente su opinión sobre este aspecto?

**Joaquín Rey.** Mi reflexión en esa entrevista se enmarca en un análisis general sobre la evolución del sector y los retos estructurales a los que se enfrenta el canal mayorista. Es cierto que el modelo actual presenta desafíos importantes —como los horarios, la evolución del perfil del comprador o la creciente competencia de otros formatos—, pero en ningún caso mi intención era cuestionar el papel de Mercamadrid S.A, sino poner sobre la mesa la necesidad de adaptación del conjunto del sector.

Hacemos mucho hincapié en el cliente y en el asentador, usuarios de la unidad alimentaria que deben aprovechar más las ventajas que ofrece Mercamadrid, y nos olvidamos de los proveedores agricultores que, como yo, necesitamos mercados activos con la mayor cantidad de puntos de venta posibles para llevar nuestros productos a los consumidores. Es una responsabilidad social puesto que somos un sector esencial. Alimentamos a la población. Probablemente si no se fue más allá del titular se simplificó en exceso un mensaje que era mucho más amplio, constructivo y orientado a encontrar fórmulas para afianzar el futuro de la unidad alimentaria en un nuevo contexto. En nada pretendía cuestionar la gestión que realiza la empresa Mercamadrid S.A.

**VF.** ¿Cree que esta opinión la comparten más empresarios del merca (cada uno con sus matices)?

**JR.** Sin duda hay una reflexión compartida en el sector sobre la necesidad de evolucionar. Cada empresa lo vive desde su realidad, pero sí es cierto que muchos operadores están adaptando sus modelos: cambios en la forma de compra, externalización, desarrollo de plataformas propias o nuevas dinámicas comerciales. No es algo aislado, es una tendencia natural en un mercado que está cambiando.

**VF.** Su vinculación con Mercamadrid viene de muy atrás, ¿podría contarnos más sobre esta relación de décadas?

“Mercamadrid ha sido durante muchos años un referente y, desde mi punto de vista, tiene que seguir siéndolo”

“El mayorista que mejor se adapte en servicio, en agilidad, en propuesta de valor, es el que va a seguir creciendo”

**JR.** Desde el principio del mercado de frutas, en el año 83, he estado presente desde mi anterior empresa y desde hace 10 años de forma directa. Y siempre he contado con el apoyo de la empresa Mercamadrid S.A. Puedo asegurar, tal y como yo lo he vivido, que la actual gestión es la que más está trabajando para la continuidad del mercado de frutas creando centro de reciclaje, promoción de producto con ‘La Escuela de la Fruta’, espacios multidisciplinarios para sinergias entre empresas, su internacionalización y, sobre todo, equilibrando intereses y acercando posturas para un aumento de tiempo en las concesiones de venta.

**VF.** Tantos años seguro que han dado para tener su propia visión sobre cuáles son las fortalezas y amenazas con las que cuenta el mercado. ¿Qué aspectos considera que podrían cambiarse para garantizar no sólo el presente sino también el futuro de Mercamadrid?

**JR.** Mercamadrid como unidad alimentaria cuenta con fortalezas muy claras y tiene garantizado su futuro: la ubicación, la capacidad logística y el papel que juega como nodo de distribución hacia muchas zonas de España e incluso del mundo. Se reexpide mercancía a países lejanos vía avión desde Mercamadrid...

Y es que, como afirmaba en una entrevista de hace dos o tres años publicada en Valencia Fruits, disponer de un mercado distribuidor como Mercamadrid es completamente necesario por la capacidad de posicionamiento de producto, la posibilidad de conocer las variedades y la fusión de las marcas.

Ahora bien, la sociedad ha cambiado, el sector, no, y hay

aspectos que tienen que evolucionar: los horarios, el relevo generacional, la conciliación familiar, la capacitación y perfil del trabajador, la aparición de modelos más flexibles fuera del mercado o la propia forma de comprar.

No es tanto un problema de un mercado concreto como que el modelo mayorista en general debería estar en un proceso de transformación.

**VF.** ¿Cuál es el perfil del comprador actual en el mercado frutas?

**JR.** El perfil ha cambiado bastante. Hoy el comprador busca eficiencia, rapidez y comodidad. Cada vez hay más operadores que delegan la compra o que buscan alternativas más ágiles. Y también hay un tema generacional, claro. Las nuevas generaciones no están dispuestas a asumir el tipo de jornadas que se hacían antes.

**VF.** ¿Podríamos hablar de una transición de mercado mayorista a plataforma logística?

**JR.** Sí, es una tendencia clara y que, además, no es exclusiva de aquí, se está viendo en muchos mercados. Cada vez la parte logística tiene más peso dentro del propio mercado. Más movimientos de mercancía, más redistribución y menos compra tradicional como la entendíamos antes, con el cliente recorriendo puestos y haciendo la selección de sus mercancías en primera persona.

Hoy una parte importante del negocio ya no pasa por ese modelo. Hay operadores que trabajan con pedidos cerrados, con rutas organizadas, con clientes que priorizan rapidez y comodidad. Y eso hace que el mercado evolucione hacia un papel más logístico que puramente comercial.

También influye mucho el cambio en el perfil del comprador. Antes el frutero dedicaba muchas horas a la compra, ahora lo que busca es optimizar su tiempo y centrarse más en la venta. Eso empuja a que todo el sistema sea más ágil y orientado a servicio.

Pero esto no hay que verlo como algo negativo. Es una evolución lógica del sector. Al final, los mercados tienen que adaptarse a cómo compran y trabajan sus clientes.

**VF.** ¿Cuáles son las ventajas de Mercamadrid para los compradores de frutas y hortalizas desde su punto de vista?



Para Rey Mercamadrid es “una infraestructura clave, con un peso muy importante dentro de la distribución de frutas y hortalizas en España”. / ARCHIVO

**JR.** Mercamadrid sigue teniendo cosas muy importantes. Para un comprador, tener en un mismo espacio una concentración tan grande de oferta es una ventaja clara. Puedes acceder a distintos mayoristas, comparar producto, calidades y precios en muy poco tiempo.

Hay volumen, variedad y continuidad, algo fundamental para los profesionales que necesitan garantizar abastecimiento diario. A esto se añade toda la estructura logística que hay detrás. No es sólo comprar, es todo lo que facilita el movimiento de mercancía, la organización de pedidos y la redistribución.

Y luego está el factor humano. En Mercamadrid hay operadores muy especializados, con mucho conocimiento de producto y del mercado, y eso aporta valor a la hora de tomar decisiones de compra.

Por todo eso, Mercamadrid sigue siendo un punto de referencia para el sector. Sin duda. Otra cosa es que el comprador hoy también valore otros factores como la comodidad o el horario, y ahí es donde el modelo tiene que seguir evolucionando.

**VF.** ¿Y para los asentadores?

**JR.** Para el asentador, Mercamadrid sigue siendo un entorno con mucho valor. Por un lado, hay volumen. Es un mercado donde se puede trabajar cantidad, donde hay flujo constante de clientes y donde se pueden hacer operaciones importantes.

También está la visibilidad. Estar en Mercamadrid te posiciona dentro del sector, te da presencia y te permite estar en contacto directo con una base de clientes muy amplia. Y no hay que olvidar las relaciones comerciales. Aquí hay vínculos construidos

durante muchos años, confianza, conocimiento mutuo... y eso sigue siendo una ventaja competitiva muy importante.

Pero el entorno ha cambiado. Hoy hay más competencia fuera del mercado, más alternativas y más exigencia por parte del cliente. Por eso, el mayorista que mejor se adapte en servicio, en agilidad, en propuesta de valor, es el que va a seguir creciendo dentro de este nuevo contexto.

**VF.** ¿Considera que hay que hacer todo lo posible para conseguir que Mercamadrid continúe siendo un referente en el que las empresas puedan realizar operaciones eficientes y rentables?

**JR.** Sin duda. Mercamadrid ha sido durante muchos años un referente para el sector y, desde mi punto de vista, tiene que seguir siéndolo. Estamos hablando de una infraestructura clave, con un peso muy importante dentro de la distribución de frutas y hortalizas en España.

Ahora bien, como decía antes, el contexto ha cambiado mucho. El sector no es el mismo que hace 20 años han cambiado los hábitos de compra, la forma de trabajar de los clientes, la logística, la competencia... y todo eso obliga a adaptarse si se quiere seguir siendo competitivo.

Hoy la eficiencia y la rentabilidad pasan por otros factores como rapidez, comodidad, optimización del tiempo, servicio... y ahí es donde el modelo tiene que seguir evolucionando para dar respuesta a lo que el mercado está demandando.

Al final, no se trata de cambiar lo que funciona, sino de ajustar lo necesario para que el mercado siga siendo eficiente para todos los operadores.

# Agrocultivos

## La cebolla surge como alternativa rentable para diversificar las explotaciones en Álava

El centro tecnológico Neiker evalúa la adaptación de cinco variedades en la Llanada Alavesa para ofrecer al sector primario nuevas opciones rentables de rotación

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector agrario vasco afronta el reto de mejorar la rentabilidad de las explotaciones ante el incremento de los costes de producción y la necesidad de cumplir con las rotaciones de cultivo que establece la Política Agraria Común (PAC) para garantizar la sostenibilidad de los ecosistemas. Sin embargo, la implementación de estas prácticas en Euskadi se ve condicionada por las particularidades climáticas del territorio. La elevada humedad y la reducida ventana meteorológica para la realización de las tareas desde el otoño hasta el inicio de la primavera limitan las alternativas agronómicas viables para completar estas rotaciones.

Ante la necesidad de hallar opciones que se adapten a este entorno, el centro tecnológico Neiker, entidad dependiente del Departamento de Alimentación, Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco, ha evaluado el potencial de la cebolla como alternativa para las rotaciones de la zona.

Durante la campaña 2025, el centro ha analizado el comportamiento agronómico, el rendimiento y la adaptación de cinco variedades de cebolla —Stingrain, Valero, Legend, Joaquin y Citation— en el municipio alavés de Gauna. El objetivo de este estudio es proporcionar al sector primario información técnica de valor antes de su implantación a gran escala.

“Disponer de datos objetivos a pie de parcela es el paso previo para que profesionales puedan introducir esta hortaliza en sus rotaciones con garantías. Desde el punto de vista agronómico, esta práctica de alternar especies resulta indispensable para romper el ciclo de patógenos y preservar la salud del terreno, además de permitir la diversificación del riesgo económico de la explotación”, explica Juan Bautista Relloso, técnico de Cultivos del Departamento de Producción Vegetal de Neiker.

Para ello, el centro ha monitorizado el ciclo vegetativo completo del cultivo, analizando las prácticas culturales del cultivo, fertilización, uso de herbicidas, frecuencia del riego y su capacidad productiva.

Esta evaluación ha servido para definir las pautas de manejo de la planta, destacando la necesidad de una gestión precisa del riego durante el mes de agosto, periodo en el que las temperaturas máximas medias rozan los 29°C en la zona, labor que debe complementarse con una estrategia de fertilización equilibrada y una protección fitosanitaria integrada.

### RENDIMIENTO COMERCIAL

Asimismo, en el estudio se ha evaluado el rendimiento de la cebolla una vez recolectada para determinar su aptitud comercial. Los datos obtenidos destacan el buen comportamiento de las variedades Legend, Citation y Valero, que han producido cebollas con un tamaño medio de entre 60 y 80 milímetros de diámetro. “Este formato responde de manera directa a los requerimientos actuales de la gran distribución y los supermercados para su venta directa al consumidor”, asegura el investigador.

Por su parte, la variedad Stingrain ha mostrado una calidad técnica que alcanza tamaños más pequeños, aunque su salida comercial este año es buena por existir en el mercado actual un exceso de calibres grandes.

### ALMACENAMIENTO Y VIABILIDAD OPERATIVA

El análisis abarca también la fase de postcosecha, un factor determinante para la rentabilidad logística de las explotaciones. Las pruebas realizadas a lo largo del tiempo han evidenciado que la variedad Legend es capaz de mantener sus parámetros de calidad y registrar una baja rotación en condiciones de almacén sin refrigeración, mientras que la variedad Valero muestra una mayor sensibilidad al paso de los meses en esas mismas instalaciones.

Además de conocer las exigencias agronómicas y el comportamiento en postcosecha, asegurar la viabilidad operativa resulta indispensable para que la diversificación sea una opción real. Por ello, Neiker persigue que la transición hacia estas nuevas especies pueda realizarse utilizando la maquinaria de la que ya dispone el sector de la patata

en sus explotaciones, con el objetivo de evitar la dependencia de labores manuales complejas y facilitar su plena adaptación a la rutina mecanizada de la parcela.

### UNA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ACTIVA

Este ensayo con cebollas forma parte de una estrategia integral de Neiker destinada a evaluar la introducción de especies alternativas en el territorio. En este ámbito, el centro investiga también



La hortaliza permite cumplir con las exigencias de rotación de la PAC y mejora la salud del terreno al romper el ciclo de patógenos del suelo. / NEIKER

la viabilidad de la soja, centrandose los esfuerzos en identificar variedades de ciclo rápido que logren completar su desarrollo y permitan el secado del grano aprovechando la reducida ventana meteorológica que ofrece Euskadi.

En paralelo, se mantienen activos diversos ensayos agro-

nómicos con cereales específicos para panadería. La evaluación de materias primas como la espelta y los cereales antiguos busca proporcionar alternativas directas frente al trigo convencional, facilitando al sector la elaboración de productos que respondan a la demanda actual de los consumidores.

**Patatas Beltrán**  
Wherever you are

# FUERZA

La Primera empresa de patatas con la integración vertical:  
+Campo  
+Almacenaje  
+Venta

patatasbeltran.com

CULTIVAMOS PATATAS QUE DAN prestigio



# Francia, entre producción e importación

Una producción insuficiente, dependencia exterior y un consumidor exigente definen el mercado francés

Francia es uno de los principales productores agrícolas de Europa, pero en frutas y hortalizas su capacidad productiva no basta para abastecer el consumo interno. Esta brecha convierte al país en un mercado estructuralmente importador, en el que España desempeña un papel clave como proveedor.

Sobre esta base se articula un sistema de comercialización altamente organizado, en el que conviven grandes cadenas de distribución, mercados mayoristas y operadores especializados que garantizan el suministro. Todo ello en un contexto en el que el consumidor francés, cada vez más condicionado por el precio, sigue mostrando una clara preferencia por el producto nacional y por atributos como la calidad, el origen o el sabor.

## ■ PRODUCCIÓN

Francia es el décimo productor agrícola mundial y el primer país de la UE en producción y superficie agrícola (España es el segundo). Sin embargo, el peso del sector primario en su economía ha ido reduciéndose de forma progresiva, representando en torno al 1,9% del PIB en 2023. Esta evolución ha venido acompañada de una transformación estructural del campo francés, con menos explotaciones pero de mayor tamaño y un creciente grado de profesionalización.

En el ámbito hortofrutícola, esta transformación no ha sido suficiente para sostener los niveles de producción. En la última década, las superficies destinadas a frutas y hortalizas han disminuido, al tiempo que la producción se ha visto afectada por el aumento de los costes, las exigencias regulatorias y las dificultades de rentabilidad.

Este desequilibrio se refleja en el grado de autoabastecimiento. La producción frutícola en Francia cubre poco más de la mitad de las necesidades del país, lo que obliga a recurrir a las importaciones para garantizar el suministro. En paralelo, determinadas producciones tradicionales han perdido competitividad o se han reducido, mientras que otras se han adaptado a nuevas condiciones climáticas y de mercado.

Dentro de esta evolución, la producción ecológica ha ganado terreno en los últimos años. Francia cuenta con más de 47.000 explotaciones bio, lo

que representa alrededor del 12% del total, y las superficies dedicadas a frutas y hortalizas ecológicas han crecido de forma significativa. No obstante, este crecimiento se ha visto moderado recientemente por el impacto de la inflación sobre el consumo, que ha limitado la capacidad del mercado para absorber productos con mayor valor añadido.

A esta evolución estructural se suma un contexto cada vez más exigente desde el punto de vista normativo y medioambiental. Las políticas europeas en materia de sostenibilidad, junto con las restricciones en el uso de determinados insumos, han incrementado los costes y han reducido el margen de maniobra de los productores, especialmente en cultivos intensivos como frutas y hortalizas.

Al mismo tiempo, el relevo generacional sigue siendo un desafío. Aunque el sector mantiene cierto atractivo, el número de incorporaciones no compensa el ritmo de abandono, lo que contribuye a la concentración de la producción en explotaciones de mayor dimensión. Este proceso favorece la eficiencia, pero también reduce la diversidad productiva en determinadas zonas.

## ■ COMERCIALIZACIÓN

El funcionamiento del mercado hortofrutícola francés está estrechamente ligado a su dependencia del exterior. La balanza comercial del sector es deficitaria y las importaciones desempeñan un papel estructural en el abastecimiento del país. En este contexto, España se sitúa como el principal proveedor, concentrando en torno al 40% de las importaciones de frutas y hortalizas.

Esta dependencia no responde únicamente a la falta de producción local, sino también a la necesidad de garantizar una oferta continua, diversificada y adaptada a las exigencias del consumidor. Productos fuera de temporada, determinadas categorías o volúmenes específicos encuentran en el comercio exterior una vía imprescindible para mantener el equilibrio del mercado.

La dependencia de las importaciones no es homogénea a lo largo del año, sino que se intensifica en determinados periodos en función de la estacionalidad de las producciones nacionales. En este sentido, el calendario de suministro se convierte en un



La gran distribución concentra la mayor parte de las ventas de frutas y hortalizas frescas, con cuotas en torno al 60%. / FRANCE AGRIMER

La producción frutícola en Francia cubre poco más de la mitad de las necesidades del país, lo que obliga a recurrir a las importaciones para garantizar el suministro

El gasto medio mensual en frutas y hortalizas se sitúa en torno a los 80 euros, lo que representa una parte relevante del presupuesto alimentario

elemento clave en la organización del mercado, en el que los flujos procedentes del sur de Europa permiten cubrir los vacíos productivos franceses.

Además, una parte relevante del producto importado se comercializa bajo marca de distribuidor o sin identificación visible de origen, lo que diluye la percepción del origen en el lineal y refuerza el papel de la distribución como configurador de la oferta.

En cuanto a las exportaciones, Francia ha visto cómo su papel se ha ido estabilizando en los últimos años, con volúmenes en torno a 1,5 millones de toneladas anuales. Aunque mantiene posiciones relevantes en determinados productos, como la patata o algunas frutas templadas, el sector hortofrutícola no constituye uno de los principales motores de su balanza agroalimentaria.

El sistema de comercialización se apoya en una red de operadores que articula el flujo de producto desde el origen hasta el punto de venta. La gran distribución concentra la mayor parte de las ventas de frutas y hortalizas frescas, con cuotas en torno al 60%, lo que la convierte en el principal canal de salida hacia el consumidor.

El proceso de concentración en la distribución ha ido acompañado de una reducción del número de centrales de compra, lo que ha incrementado su capacidad de negociación frente a los proveedores. Este contexto obliga a los operadores a adaptarse a condiciones comerciales cada vez más exigentes, en las que la regularidad en el suministro, la calidad homogénea y la capacidad logística resultan determinantes.

Sin embargo, el modelo no se limita a este canal. Los mercados mayoristas y los mercados

de interés nacional (MIN) desempeñan un papel clave como puntos de concentración y redistribución de mercancía. En estos espacios confluyen productos nacionales e importados, operadores logísticos y compradores profesionales, facilitando el ajuste entre oferta y demanda.

A su vez, el comercio independiente y los circuitos cortos mantienen una presencia relevante, especialmente en determinados entornos urbanos y rurales, aportando diversidad al sistema y respondiendo a una parte de la demanda que prioriza la proximidad y el trato directo.

## ■ CONSUMO

El consumo de frutas y hortalizas en Francia se sitúa en torno a los 160 kilogramos por hogar al año, aunque en los últimos ejercicios se ha observado una ligera tendencia a la baja en volumen. Esta evolución está estrechamente vinculada al aumento de los precios, que han crecido de forma significativa en la última década, afectando al poder adquisitivo de los hogares.

A pesar de esta reducción en volumen, el valor del mercado ha seguido creciendo, impulsado por el incremento de los precios medios. Este comportamiento refleja un cambio en la dinámica de consumo, en la que los hogares ajustan las cantidades compradas sin renunciar completamente a estos productos.

El gasto medio mensual en frutas y hortalizas se sitúa en torno a los 80 euros, lo que representa una parte relevante del presupuesto alimentario. Este esfuerzo económico condiciona las decisiones de compra, especialmente en un contexto inflacionista, donde el precio se convierte en un factor determinante.

Esta evolución pone de manifiesto una mayor sensibilidad del consumidor al precio, que se traduce en ajustes en la cesta de la compra. Las frutas y hortalizas, pese a su carácter esencial, actúan en muchos casos como variable de ajuste en contextos de inflación, lo que explica la reducción de los volúmenes adquiridos.

Al mismo tiempo, se observa una polarización en el consumo. Por un lado, una parte de los consumidores prioriza el precio y opta por productos más económicos; por otro, se mantiene un segmento que apuesta por la calidad, el origen o el valor añadido, incluso a costa de pagar un precio superior.

En términos de preferencias, productos como el plátano o el tomate mantienen una posición destacada dentro del consumo, tanto por su accesibilidad como por su versatilidad. Asimismo, el consumidor francés presenta una particular sensibilidad hacia el producto nacional. La preferencia por el origen francés se ha consolidado como un elemento relevante en la decisión de compra, reforzado por campañas de la distribución y por una percepción asociada a calidad, seguridad alimentaria y apoyo a la producción local.

## ■ RETOS

El sector hortofrutícola francés se enfrenta a un contexto marcado por el aumento de los costes de producción y por una creciente presión sobre los márgenes. Factores como el encarecimiento de la energía, de los fertilizantes o del transporte están impactando directamente en la rentabilidad de las explotaciones y en la competitividad del conjunto de la cadena.

A este escenario se suma un entorno internacional inestable, en el que las tensiones geopolíticas están contribuyendo a incrementar la volatilidad de los precios energéticos y de los insumos agrícolas. Estos elementos, aunque externos al sector, tienen una incidencia directa en su funcionamiento.

Además, la disponibilidad de mano de obra, especialmente en campañas agrícolas, continúa siendo un desafío estructural, con una elevada dependencia de trabajadores temporales. A ello se añaden factores como la gestión del agua y la adaptación al cambio climático, que también presionan un modelo productivo que ya presenta limitaciones.

Otro reto para el sector es la evolución del comercio y de los hábitos de consumo, que introduce nuevas exigencias en términos logísticos. La generalización de modelos multicanal, el desarrollo del comercio electrónico y la demanda de entregas más rápidas obligan a reforzar las infraestructuras y a optimizar la distribución, especialmente en entornos urbanos.

La competencia internacional, especialmente de países con menores costes de producción, sigue condicionando la posición del sector francés, tanto en su mercado interno como en el exterior.

# Los MIN, un modelo singular en la distribución hortofrutícola francesa

Los Marchés d'Intérêt National (MIN) articulan los precios, la logística y el suministro en Francia

El sistema de distribución hortofrutícola en Francia no puede entenderse sin los Marchés d'Intérêt National (MIN), una red de mercados mayoristas con características propias que no tiene equivalente directo en otros países europeos.

Estos mercados concentran en un mismo espacio a productores, importadores y mayoristas, facilitando el encuentro físico entre oferta y demanda y desempeñando un papel clave en la formación de precios dentro de la cadena de valor.

Lejos de ser únicamente plataformas comerciales, los MIN actúan como nodos logísticos y económicos de primer orden. En el conjunto del comercio mayorista de productos frescos, representan alrededor del 26% del volumen de negocio, con un claro predominio de frutas y hortalizas, que concentran el 43% de su actividad.

Su función resulta especialmente relevante para el comercio independiente y la restauración, a los que garantizan suministro en volumen y calidad, al tiempo que permiten la valorización de pequeñas producciones y series limitadas que difícilmente encuentran cabida en los circuitos de la gran distribución.

En un contexto marcado por la concentración de la oferta, el avance de las centrales de compra y la creciente estructuración de la producción, los MIN han tenido que evolucionar. De intermediarios comerciales han pasado a integrar servicios logísticos avanzados, funciones de marketing e incluso estrategias multicanal, adaptándose a una demanda cada vez más orientada a la practicidad y al servicio.

Pese a esta adaptación, su posición sigue siendo compleja, situados entre una producción cada vez más organizada y una distribución moderna que gana peso. Sin embargo, precisamente en este equilibrio reside su valor: los MIN continúan siendo un canal alternativo capaz de aportar flexibilidad, diversificación de la oferta y una conexión directa con el tejido comercial local.

A la cabeza de este modelo se sitúan grandes plataformas como el Marché International de Rungis, considerado el mayor mercado mayorista de Europa, junto a otros



polos relevantes como el MIN de Marseille o el MIN de Lyon-Corbas, que estructuran el abastecimiento en sus respectivas áreas de influencia. Estos mercados no sólo canalizan grandes volúmenes, sino que también reflejan la diversidad de funciones y posicionamientos que conviven dentro del sistema MIN en Francia.

## ■ RUNGIS, EJE DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA FRANCESA

El Marché International de Rungis continúa consolidando su posición como uno de los pilares del sistema alimentario francés, con más de 12.000 millones de euros de facturación y cerca de 3 millones de toneladas de productos comercializados anualmente.

Considerado el mayor mercado mayorista de productos frescos del mundo, Rungis reúne a unas 1.200 empresas en una superficie de 234 hectáreas, actuando como punto de encuentro entre la producción agrícola y los profesionales de la distribución y la restauración.

El mercado desempeña además un papel clave en la valorización del origen nacional, con un 61% de los productos de procedencia francesa y cuotas especialmente elevadas en categorías como el porcino o los lácteos.

Más allá de su función comercial, Rungis refuerza su posicionamiento como plataforma estratégica al servicio de la soberanía alimentaria, impulsando iniciativas como el desarrollo de espacios de venta directa para productores o la creación de un pabellón dedicado a la excelencia de los productos franceses.

En paralelo, el mercado avanza en su transformación hacia un modelo más innovador y sostenible, con proyectos centrados

en la reducción del desperdicio alimentario, el desarrollo de un sello de mercado responsable y la colaboración con centros de investigación como INRAE para fortalecer la resiliencia de las cadenas de suministro, especialmente en frutas y hortalizas.

## ■ MARSELLA, EN PROCESO DE RECONSTRUCCIÓN

MIN des Arnavaux, en Marsella, afronta un proceso de reconstrucción y transformación profunda, con el objetivo de adaptarse a los nuevos retos logísticos y urbanos.

El proyecto pasa por reorganizar el propio espacio del mercado, en lugar de trasladarlo, apostando por una modernización que refuerce su papel dentro del sistema de abastecimiento de la ciudad. La idea es convertirlo en una plataforma más eficiente, capaz de responder tanto a las necesidades del comercio alimentario como a los desafíos de la logística urbana.

En este contexto, el MIN busca evolucionar hacia un modelo más amplio que el tradicional mercado mayorista, integrando funciones logísticas avanzadas — especialmente ligadas al reparto

urbano y al llamado “último kilómetro” — en un entorno cada vez más condicionado por restricciones medioambientales y cambios en los flujos de distribución.

La iniciativa refleja, en el fondo, una tendencia más amplia: los mercados mayoristas ya no se limitan a la intermediación comercial, sino que se posicionan como infraestructuras estratégicas dentro de la organización logística de las ciudades.

## ■ EL MIN DE GRENOBLE, PIEZA CLAVE EN EL ABASTECIMIENTO DE PROXIMIDAD

El Marché d'Intérêt National de Grenoble, también conocido como Grand Marché des Alpes, desempeña un papel esencial en el abastecimiento alimentario de la región, especialmente para el comercio de proximidad y la restauración.

Esta plataforma mayorista concentra la actividad de productores y operadores que suministran diariamente a detallistas, mercados y establecimientos de hostelería, garantizando el acceso a productos frescos en el ámbito local.

En el caso de los productos hortofrutícolas, el mercado canaliza alrededor de 20.000 toneladas anuales, lo que representa más del 30% del consumo de frutas y hortalizas de la metrópoli de Grenoble, consolidándose como uno de los principales nodos de distribución de proximidad.

Más allá de su función logística, el MIN refuerza su papel como herramienta de conexión entre productores locales y comercio minorista, en un contexto en el que los circuitos cortos y el abastecimiento de cercanía ganan peso en las estrategias alimentarias urbanas.

## ■ TOULOUSE PROYECTA SU AMPLIACIÓN ANTE EL AUMENTO DE LA DEMANDA

Por su parte, el Marché d'Intérêt National de Toulouse afronta una nueva fase de desarrollo con un proyecto de ampliación destinado a reforzar su capacidad operativa y responder al crecimiento de la actividad.

Actualmente, el mercado presenta un nivel de ocupación cercano al 96%, lo que ha llevado a sus responsables a plantear una extensión de sus instalaciones para dar cabida a nuevos operadores y servicios.

El proyecto, respaldado por la prolongación de la concesión hasta 2046, contempla una inversión a largo plazo que permitirá consolidar el papel del MIN como plataforma logística y comercial de referencia en el suroeste de Francia.

Entre las actuaciones previstas figura la construcción de nuevos espacios adaptados a las necesidades actuales del sector, incluyendo infraestructuras logísticas y áreas destinadas a actividades agroalimentarias, con el objetivo de mejorar la eficiencia de los flujos y acompañar la evolución del mercado.

Esta ampliación refleja una tendencia compartida por otros mercados mayoristas franceses, que están reforzando su dimensión logística y su capacidad de adaptación ante el crecimiento de la demanda y la transformación de los modelos de distribución.

En este contexto, los MIN no sólo resisten, sino que se redefinen como infraestructuras clave en la organización del sistema alimentario francés.



Interior del mercado conocido como “Grand Marché des Alpes”. / MIN GRENOBLE

**LULU**  
clementines - oranges

info@frutascardo.es - www.antoniocardo.es  
FRUTAS CARDÓ, S.L.- C/. Honorio Maura, 10 - Tel. 962660765 - Sagunto (España)  
EURL. BERNARD DÉJEAN - St. Charles International Mag. 24 - 66031 Perpignan Cedex - Tel. 468547480

# La startup Fibtray Solutions y Grupo La Plana impulsan la fabricación de Fibtray®

La bandeja Fibtray®, un envase de cartón laminado, permite desarrollar soluciones en cartón aptas para envasado en atmósfera modificada (MAP)

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fibtray Solutions SL, startup participada por AINIA y REDIT Ventures, ha firmado un acuerdo con Grupo La Plana para producir la bandeja Fibtray®, un envase de cartón laminado que puede reducir hasta un 96% el uso de plástico frente a bandejas convencionales, y que destaca por incorporar un diseño innovador que permite desarrollar soluciones en cartón aptas para envasado en atmósfera modificada (MAP) con garantías.

Diseñada para la reciclabilidad en el circuito papel/cartón, Fibtray® mejora la estanqueidad del envase —gracias a un borde de sellado patentado plano y sin uniones, totalmente uniforme—, disminuye el riesgo de defectos en línea y refuerza la seguridad del alimento. La iniciativa se alinea con los objetivos del Pacto Verde Europeo y con la nueva normativa de envases, impulsando la llegada al mercado de soluciones más sostenibles y compatibles con las líneas de envasado actuales. Su diseño admite múltiples formatos —carnes y pescados frescos, embutidos, platos preparados y ensaladas de IV y V gama—entre otros.

**La bandeja Fibtray® ofrece una solución de envasado que combina sostenibilidad y viabilidad industrial**

Para Grupo La Plana, el acuerdo supone avanzar en la industrialización de una solución innovadora y contribuir a transformar una tecnología desarrollada en el ámbito de la I+D en un producto fabricable con calidad, consistencia y capacidad de suministro. En palabras de su CEO, Juan Ignacio Piquer, “esta colaboración nos permite aportar nuestra experiencia industrial para acelerar su llegada al mercado”.

La bandeja Fibtray® consolida este avance tecnológico al ofrecer una solución de envasado que combina sostenibilidad y viabilidad industrial. Su diseño optimizado garantiza un comportamiento estable en línea, facilitando procesos de termosellado consistentes y seguros, así como su integración en sistemas de envasado ya implantados, incluyendo atmósfera modificada (MAP). Además, su enfoque



Fibtray Solutions SL y Grupo La Plana producirán la bandeja Fibtray®. / GLP

versátil permite adaptarse a distintas categorías de producto, contribuyendo a ampliar las opciones de envasado sostenible en la industria alimentaria.

Para Cristina Del Campo, directora general de AINIA, este acuerdo refuerza la misión del centro de transferir tecnología

que ayude a la industria a descarbonizar el packaging sin comprometer la seguridad alimentaria ni la eficiencia industrial. “Con Grupo La Plana como socio fabricante en la Comunidad Valenciana, acercamos una patente de AINIA a la producción real, facilitando a las empresas

una alternativa al plástico competitiva y lista para integrar en sus líneas de envasado”, ha destacado la directora de AINIA.

Por su parte, el CEO de Fibtray® Solutions, Pablo García Monera, ha resaltado que “este acuerdo supone un paso decisivo para acelerar la llegada de Fibtray® al mercado y demostrar que la sostenibilidad en packaging puede industrializarse de forma real, escalable y competitiva. La colaboración con Grupo La Plana nos permite unir innovación, capacidad productiva y conocimiento del sector para ofrecer a la industria alimentaria una alternativa de alto valor que reduce de forma drástica el plástico, mantiene la seguridad del alimento y se integra en las líneas de envasado actuales”.

Este acuerdo refuerza la apuesta de Grupo La Plana por la innovación y la diversificación de soluciones de cartón, al permitirle incorporar a su catálogo la fabricación de bandejas para productos en atmósfera modificada MAP, un segmento en el que la compañía no estaba presente hasta ahora. La colaboración se integra asimismo en la estrategia de AINIA de valorizar su propiedad industrial a través de Fibtray Solutions SL —sociedad participada por AINIA y REDIT Ventures— para impulsar el desarrollo, fabricación y comercialización de nuevas soluciones de packaging sostenible para la industria alimentaria.

Este acuerdo refuerza la estrategia de valorización de propiedad industrial de AINIA a través de Fibtray Solutions SL, y pone en valor el ecosistema de innovación agroalimentaria de la Comunitat Valenciana, sumando capacidades entre un centro tecnológico, una startup y un fabricante valenciano de referencia.

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

FMC Agricultural Solutions ha obtenido la aprobación en la Unión Europea de Isoflex®, una nueva materia activa herbicida que permitirá el desarrollo de soluciones innovadoras para el control de malas hierbas en cultivos como cereal, maíz, colza y patata. La compañía ya ha presentado los correspondientes dossier para el registro de estos productos y prevé su lanzamiento a partir de 2027, una vez se completen los procesos regulatorios.

Esta aprobación llega en un contexto especialmente complejo para el sector agrario europeo, marcado por la progresiva reducción de materias activas disponibles. Desde 2019, se han retirado más de 20 herbicidas sin que se haya producido la incorporación de nuevas materias activas, lo que ha incrementado la presión de malas hierbas y la aparición de resistencias en numerosos cultivos.

En este escenario, la incorporación de Isoflex® supone un avance relevante para el sector. Esta nueva materia activa introduce un modo de acción innovador (HRAC Grupo 13), lo que amplía las herramientas disponibles para la gestión de resistencias y refuerza las estrategias de control dentro de los programas de manejo integrado.

## ISOFLEX®

Los productos en desarrollo a base de Isoflex® están diseñados

# FMC logra la aprobación de Isoflex®, la nueva materia activa para el control de malas hierbas

Su aprobación permitirá el desarrollo de nuevas soluciones herbicidas en la UE, con previsión de lanzamiento en 2027, una vez de completen los procesos regulatorios



A nivel internacional esta materia activa ya ha sido registrada y comercializada en diversos países. / FMC

para ofrecer un control eficaz y de amplio espectro, incluyendo algunas de las malas hierbas más problemáticas,

junto con una elevada flexibilidad de uso que facilita su adaptación a diferentes condiciones agronómicas.

A nivel internacional, esta materia activa ya ha sido registrada y comercializada en países como Argentina, Australia,

**Los productos en desarrollo a base de Isoflex® están diseñados para ofrecer un control eficaz y de amplio espectro, incluyendo algunas de las malas hierbas más problemáticas**

Brasil, Chile, China, Reino Unido, Pakistán, Uruguay e India, donde ha demostrado su eficacia en distintos sistemas productivos. Además, presenta selectividad en aplicaciones en presembrado, preemergencia y postemergencia temprana en diversos cultivos.

FMC continúa trabajando en el desarrollo de nuevas aplicaciones y formulaciones que permitan ampliar el uso de esta materia activa en otros cultivos y situaciones agronómicas. Esta línea de trabajo se enmarca en la apuesta de la compañía por la innovación y por el desarrollo de soluciones que contribuyan a mejorar la sostenibilidad y la rentabilidad de las explotaciones agrícolas.

Con esta aprobación, FMC refuerza su posicionamiento como compañía de referencia en el desarrollo de nuevas materias activas, en un contexto en el que la innovación resulta clave para dar respuesta a los retos actuales de la agricultura.

# ONIX™ llega a Sudáfrica

Un lanzamiento piloto en Checkers introduce ONIX™, variedad premium de origen español reconocida internacionalmente, en uno de los mercados cítricos más importantes del mundo como es el sudafricano

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

ONIX™ llega por primera vez al mercado sudafricano de la mano de Amfresh y su plataforma de innovación varietal Genesis Fresh, en colaboración con el Grupo Shoprite, el mayor retailer de África. El producto ya está disponible en una selección de supermercados Checkers en las provincias de Gauteng y Western Cape.

La llegada de ONIX™ introduce una propuesta diferencial en uno de los mercados cítricos más dinámicos del mundo, impulsando el valor, la diferenciación en lineal y una mayor conexión con el consumidor.

ONIX™ ha sido reconocida internacionalmente con el Fruit Logistica Innovation Award 2025 y el Superior Taste Award del International Taste Institute, consolidándose como una de las innovaciones más relevantes de la categoría.

Con un intenso interior rojo rubí y un distintivo veteado exterior, ONIX™ ofrece un perfil de sabor rico y equilibrado, con una perfecta combinación de dulzor y acidez. Naturalmente rico en antocianinas, ONIX™ redefine la categoría al combinar impacto visual, valor nutricional y una experiencia de consumo diferencial.

“ONIX™ refleja cómo la innovación varietal puede elevar la categoría de cítricos combinando un sabor único, un gran atractivo visual y una fuerte relevancia para el consumidor”, señaló André Russouw, Country Manager de Genesis Fresh en Sudáfrica. “La introducción de ONIX™ en el mercado sudafricano es un paso importante para



Con la llegada de ONIX™ a Sudáfrica se activa una nueva generación de cítricos en el lineal. / ONIX™

**El producto ya está disponible en una selección de supermercados Checkers en las provincias de Gauteng y Western Cape**



La llegada de ONIX™ introduce una propuesta diferencial en uno de los mercados cítricos más dinámicos del mundo. / ONIX™

construir valor a largo plazo a través de la innovación, al tiempo que exploramos futuras oportunidades de adaptación y producción local”.

Durante esta fase piloto, ONIX™ se comercializará a granel para maximizar la accesibilidad, reducir los tiempos y facilitar su rotación en tienda, invitando a los consumidores a descubrir su versatilidad en distintos momentos de consumo, desde el snack fresco hasta su uso en zumos, repostería o cocina diaria.

“Esta introducción limitada y exclusiva de ONIX™ es un gran ejemplo de cómo seguimos mejorando nuestra oferta de frescos con productos que destacan por su calidad y sabor, aportando innovación y entusiasmo a nuestros clientes”, afirmó Quintin Paladin, General Manager de

Freshmark, la división de compra y distribución de frutas y verduras del Grupo Shoprite.

El piloto de ONIX™ se integra en la sólida base productiva de cítricos en Sudáfrica, aportando una nueva capa de innovación varietal y facilitando el aprendizaje para una futura adaptación local.

“ONIX™ demuestra cómo nuestro modelo *end-to-end*, desde la genética hasta el punto de venta, conecta a consumidores y clientes con innovaciones importantes”, señaló Yolanda Schoeman, Commercial Director de Amfresh South Africa. “Trabajando estrechamente con partners como el Grupo Shoprite, aportamos dinamismo a la categoría, reforzamos su relevancia y generamos valor a lo largo de toda la cadena, abriendo además oportunidades para una futura producción local”.

En el arranque de la campaña cítrica sudafricana, ONIX™ marca un nuevo estándar en la categoría, destacando la importancia de la innovación varietal en la creación de demanda y valor a largo plazo. Este piloto representa el inicio de una ambición más amplia: integrar el desarrollo varietal avanzado en los sistemas productivos locales y generar valor sostenible en toda la cadena.

El lanzamiento refleja un esfuerzo conjunto de Amfresh, Genesis Fresh y sus socios comerciales, integrando el conocimiento global con la ejecución local y alineando las temporadas entre hemisferios para maximizar valor.

“ONIX™ refleja nuestra ambición de conectar temporadas y llevar lo mejor de nuestra innovación a consumidores de todo el mundo”, afirmó Luis Miguel Lavado, Commercial Director de Amfresh Spain. “Introducir ONIX™ en Sudáfrica demuestra cómo la innovación puede viajar entre hemisferios, generando valor para los retailers y nuevas experiencias para los consumidores.”

## Pink Lady® refuerza su estrategia de sostenibilidad con un análisis completo del impacto de su cadena de valor

La asociación avanza en el conocimiento de su huella ambiental y refuerza sus líneas de trabajo en sostenibilidad

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Pink Lady Europe ha presentado los resultados de su análisis del ciclo de vida (ACV), una herramienta clave que permite evaluar de forma global el impacto ambiental de su cadena, desde el campo hasta el consumidor, y orientar sus próximas líneas de trabajo en sostenibilidad.

El estudio, desarrollado con el apoyo de Agrosolutions, abarca todas las etapas del producto —producción, confección, transporte y distribución— en los principales países productores: Francia, Italia y España. Este enfoque ofrece una visión completa y compartida de la huella ambiental de la marca,

en línea con su estrategia iniciada en 2019.

Entre las principales conclusiones, el análisis identifica las diferentes contribuciones a la huella climática a lo largo de la cadena, lo que permite a la asociación definir prioridades de actuación y avanzar hacia un modelo cada vez más eficiente y responsable. En el ámbito agrícola, el estudio pone de manifiesto el margen de mejora en aspectos como la fertilización, la mecanización o la gestión del final de vida de los árboles, ámbitos en los que ya se están desarrollando soluciones como la valorización mediante triturado o aprovechamiento energético.

Asimismo, el informe destaca la amplia implantación de prácticas agroecológicas dentro de la cadena.

En concreto, el 89% de los productores mantiene cubierta vegetal entre filas y el mismo porcentaje aplica técnicas de fusión sexual como alternativa a los tratamientos químicos, reflejando el compromiso del sector con el equilibrio de los ecosistemas.

Más allá de su función analítica, la ACV se configura como una herramienta estratégica que permitirá a Pink Lady® seguir avanzando en áreas clave como la reducción de la huella de carbono, la preservación de



Pink Lady® presenta los resultados del análisis del ciclo de vida (ACV). / PINK LADY®

la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos.

Además, este trabajo contribuye a reforzar la transparencia de la cadena ante sus socios comerciales y a anticipar futuras exigencias regulatorias, especialmente en materia de información ambiental.

El análisis del ciclo de vida (ACV) se configura como una herramienta estratégica que permitirá a Pink Lady® seguir avanzando en áreas clave como la reducción de la huella de carbono, la preservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 16 de abril de 2026, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,00
Aguacate	4,50
Almendra	9,20
Pomelo	1,40
Avellana	7,00
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,80
Cerezas	10,00
Cocos	1,20
Membrillo	1,10
Dátiles	3,50
Feijoa	8,00
Higo	11,00
Higos Chumbos	4,00
Frambuesa	21,00
Grosellas	20,00
Kiwis	2,50
Lichis	4,30
Lima	2,00
Limón	1,50
Fresa	2,50
Fresón	2,25
Granada	3,80
Mandarina Clementina	2,00
Satsuma	1,50
Otras	2,00
Mangos	6,00
Maracuyá	7,50
Melón Galia	1,35
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,30
Otros	1,35
Moras	18,50
Nashi	1,85
Nectarina Blanca	1,50
Amarilla	2,45
Níspero	5,00
Nueces	8,00
Olivas	1,80
Papayas	3,25
Pera Blanquilla	1,50
Verano	3,00
Invierno	1,80
Temprana	1,00
Piña	1,50
Pitahaya	6,00
Plátanos Canario	2,50
Importación	1,28
Manzana Bicolor	1,20
Amarilla	1,10
Verde	1,05
Roja	1,00
Otras	1,35
Melocotón Amarillo	4,50
Limones	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	3,00
Ciruela	2,20
Uva Blanca	3,00
Negra	2,70
Rambután	18,00
Sandía Con semilla	1,70
Sin semilla	1,70
Naranja	1,10
Chirimoya	3,25
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,10
Redonda	1,70
Ajo Seco	3,20
Tierno	1,00
Apio	0,75
Acelgas	0,70
Batata	1,20
Borraja	0,60
Brócoli	1,00
Brécol	3,00
Calçots	0,15
Calabaza	0,60
Calabacín	0,90
Cardo	1,10

Alcachofa	0,85
Cebolla Seca	0,40
Figueras	1,20
Tierna	1,10
Pepino	1,00
Col Repollo	1,10
Bruselas	2,25
Lombarda	0,70
China	2,20
Coliflor	2,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,85
Larga	0,90
Otras	0,90
Endivia	1,20
Escarola	1,00
Espárragos Blancos	9,50
Verdes	6,00
Espinaca	1,00
Haba	1,50
Hinojo	1,05
Perejil	0,65
Judía Bobi	5,25
Perona	5,00
Fina	4,50
Otras	2,25
Nabo	1,20
Zanahoria	0,80
Patata Blanca	0,40
Temprana	0,55
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,85
Verde	2,30
Rojo	2,80
Guisante	4,40
Puerro	0,85
Rábano	0,55
Remolacha	1,10
Tomate Maduro	1,75
Verde	2,25
Chirivía	1,60
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,70
Rovellón-Niscalo	15,00
Champiñón	2,50
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

### Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 14 al 17 de abril de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate	4,67
Chirimoyas	S/C
Fresones	3,02
Rojo Pulpa Blanca	1,58
Mandarinas	S/C
Manzana Golden	1,83
Starking	S/C
Roja	1,60
Naranja Navel	1,20
Nísperos	6,29
Pera Blanquilla	2,23
Passacrassana	S/C
Piña	S/C
Plátanos	1,83
Pomelos	S/C
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa	1,68
Lechuga	0,86
Cebolla	0,45
Espárragos	8,75
Coliflor	S/C
Judías Verdes Perona	5,00
Patatas Calidad	0,35
Comunes	S/C
Primor	0,73
Pimientos Verdes	S/C
Tomate Maduro	S/C
Tomate Verde	2,74
Zanahorias	S/C

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 13 al 17 de abril de 2026, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	4,70
Fuerte	4,70
Otras Variedades	3,40
Cereza Picota	S/C
Ciruela Otras Familia Black	S/C
Coco Otras Variedades	0,92
Dátil Deglet Nou	4,40
Medjool	S/C
Otras Variedades	S/C
Fisalis Otras Variedades	S/C
Fresa	S/C
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Mollar Elche	S/C
Guayaba Otras Variedades	4,40
Higo Chumbo	4,90
Seco	S/C
Kaki Otras Variedades	2,90
Kiwi Kiwigold	6,15
Pulpa Verde	4,40
Otras Dulce	S/C
Otras Variedades Nacional	S/C
Lima Mejicana	S/C
Otras Variedades	S/C
Limón Fino o Primafiori	2,40
Otras Variedades	2,40
Verna	2,40
Mandarina Clemenate	1,70
Ortanique	S/C
Clemenvilla o Nova	1,70
Clemenule	S/C
Hernandina	S/C
Otras Variedades	S/C
Mango Haden	S/C
Tommy Atkins	S/C
Manzanas Fuji	2,05
Golden	2,00
Royal Gala	1,90
Granny Smith	1,80
Otras Variedades	2,00
Starking o Similares	1,85
Reineta	S/C
Pink Lady	S/C
Verde Doncella	S/C
Melocotón Baby Gold Amarillo	S/C
Melón Otras Variedades	S/C
Piel de Sapo	3,90
Amarillo	S/C
Galia	4,10
Naranja Valencia Late	1,55
Lane Late	1,55
Navel	1,55
Navelina	S/C
Otras Variedades	1,55
Navel Late	1,55
Necarina Carne Blanca	S/C
Otras Variedades	S/C
Níspero Algerie o Argelino	4,40
Nuez	S/C
Papaya Grupo Solo y Sunrise	2,33
Papayón (2-3 kg/ud)	1,72
Otras Variedades	S/C
Paraguay Otras Variedades	S/C
Pera Conferencia	2,02
Ercolini / Morettini	3,40
Otras Variedades	2,80
Limonera	2,10
Agua o Blanquilla	S/C
Piña Golden Sweet	8,80
Africana	S/C
Pitaya Amarilla	S/C
Plátanos Canarias Primera	1,18
Canarias Segunda	0,90
Extra	1,55
Otras Variedades	S/C
Americano o Banana	S/C
Americano Otras Variedades	S/C
Macho	2,00
Pomelo	
Rojo	1,10
Amarillo	1,10
Rambután	S/C

Sandía Sin Semilla	2,80
Con Semilla	3,10
Uva	
Sin Semilla Negra	S/C
Sin Semilla Blanca	S/C
Blanca Otras Variedades	4,15
Negra Otras Variedades	4,15
Red Globe	3,60
Italia o Ideal	S/C
IV Gama	7,00
Tamarindo	S/C
Resto de frutas	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	
Hojas Rizadas Lyon	2,70
Hojas Lisas Verde	S/C
Ajo Blanco	3,60
Morado	3,50
Tierno o Ajete	2,30
Otras Variedades	S/C
Alcachofa Blanca de Tudela	1,80
Otras Variedades	S/C
Apio Verde	1,75
Apionabo	2,90
Amarillento	S/C
Berenjena Morada	1,04
Otras Variedades	S/C
Berros	2,40
Boniato o Batata	2,70
Brócoli, Brocol o Brócoli	3,14
Calabacín Blanco	1,12
Verde	2,70
Calabaza De Verano	0,95
De Invierno	0,93
Otras Variedades	S/C
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,70
Morada	1,25
Recas	1,10
Tierna	S/C
Babosa	S/C
Morada	S/C
Blanca Dulce de Ebro	S/C
Francesa o Echalote	S/C
Calçots	S/C
Otras Variedades	S/C
Cebolleta Tierna	0,90
Chirivía	S/C
Col China o Pekinensis	0,80
Lombarda o Repollo Rojo	0,90
Repollo Hojas Rizadas	0,51
De Bruselas	S/C
Coliflor	2,93
Endivia	S/C
Escarola Rizada o Frisée	1,58
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,15
Guindilla Verde	3,45
Roja	2,45
Guisante	S/C
Haba Verde o Habichuela	6,90
Hinojo	S/C
Judía Verde Bobby	5,90
Verde Perona	S/C
Verde Fina	S/C
Verde Otras Variedades	6,79
Verde Elda	4,40
Laurel	S/C
Lechuga Otras Variedades	0,25
Romana	0,86
Batavia	S/C
Iceberg	S/C
Cogollo	S/C
Hoja de Roble	S/C
Lollo Rosso	S/C
Maíz o Millo	0,94
Nabo	0,50
Pepino Largo o Tipo Holandés	1,34
Tipo Español	S/C
Perejil	0,10
Pimiento Amarillo, tipo California	2,50
Rojo Lamuyo	1,90
Verde Italiano	3,12
Verde Padrón	3,67
Otras Variedades	1,90
Rojo California	S/C
Verde Cristal	S/C
Noras secas	S/C
Puerro	1,23

Rábano y Rabanilla	0,60
Remolacha Común o Roja	1,25
Seta Champiñón	2,40
Girgola o Chopo	2,10
Tomate Cherry	4,31
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,93
Liso Rojo Canario	1,70
Otras Variedades	0,70
Liso Rojo Rama	S/C
Liso Rojo Pera	S/C
Liso Verde Rambo	S/C
Liso Verde Mazarrón	S/C
Kumato	S/C
Asurcado Verde Far	S/C
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,01
En Rama	S/C
Jengibre	4,30
Ñame	5,00
Oca o Quimbombó	S/C
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,15
Hortalizas IV Gama	5,50
IV Gama	S/C
Resto Hortalizas	0,60
PATATAS	Euros/kg
Blanca Liseta Granel	S/C
Blanca Liseta Confeccionada	S/C
Nuevas	S/C
Blanca Spunta Granel	2,10
Blanca Agria Granel	S/C
Blanca Agria Confeccionada	S/C
Blanca Otras Variedades Granel	0,95
Roja Otras Variedades Granel	1,95

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 14 al 17 de abril de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate	3,00
Chirimoyas	S/C
Fresones	2,75-2,25
Limones	1,85-2,05
Manzana Golden	1,10
Roja	S/C
Starking	S/C
Naranja Navel	1,10
Nísperos	5,00-3,70
Pera Blanquilla	1,70
Passacrassana	S/C
Piñas	S/C
Plátanos	1,90-2,20
Pomelos	S/C
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa	2,00-2,10
Lechuga	0,54
Cebolla	0,60
Espárrago	S/C
Coliflor	S/C
Judías Verdes Perona	6,00
Patatas Calidad	0,32
Primor	0,65
Pimientos Verdes	S/C
Tomate Maduro	2,60-2,50
Tomate Verde	3,20-3,00
Zanahorias	S/C

### Mercamurcia

Información de precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado estándar de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 13 de abril de 2026, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	3,50
Hass	3,20
Otras Variedades	2,90
Cereza Otras Variedades	7,00
Chirimoya Otras Variedades	3,00
Ciruela Otras Familia Black	2,50
Golden Japan y Songold	2,40
Coco en Seco	1,00
Datil Deglet Nour	4,75
Medjool	9,00
Otras Variedades	3,50
Fisalis Otras Variedades	6,00

## MERCADOS NACIONALES

Fresón Otras Variedades.....	2,50
Granada Mollar.....	4,00
Grosella Roja.....	S/C
Guayaba o Cas.....	4,00
Otras Variedades.....	3,75
Higo Chumbo.....	7,00
Seco.....	6,80
Kaki Rojo Brillante o Persimón.....	S/C
Kiwi Pulpa Verde.....	3,00
Otras Dulce.....	6,00
Otras Variedades.....	2,60
Lima Mejicana.....	3,50
Otras Variedades.....	2,75
Limón Fino o Primafiori.....	0,70
Verna.....	0,95
Mandarina Hernandina.....	1,70
Otras Variedades.....	2,00
Ortanique.....	S/C
Mango Haden.....	3,50
Tommy Atkins.....	3,25
Otras Variedades.....	3,00
Manzana Golden.....	1,20
Starking o Similares.....	1,40
Granny Smith.....	1,70
Royal Gala.....	1,65
Fuji.....	1,60
Pink Lady.....	2,40
Verde Doncella.....	2,75
Reineta.....	1,90
Melocotón Otras Variedades.....	4,90
Melón Piel de Sapo.....	1,75
Galia.....	S/C
Membrillo Común.....	S/C
Naranja Valencia Late.....	0,75
Navel Late.....	1,00
Lane Late.....	0,90
Otras Variedades.....	0,90
Nectarina Otras Variedades.....	2,80
Níspero Otras Variedades.....	3,50
Nuez Nacional.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	2,25
Pera Ercolini / Moretini.....	3,50
Conferencia.....	2,00
Agua o Blanquilla.....	S/C
Limonera.....	S/C
Piña Africana.....	1,00
Golden Sweet.....	1,25
Pitaya Amarilla.....	6,00
Plátano de Canarias Extra.....	2,30
De Canarias 1.....	2,00
De Canarias 2.....	1,70
Otras Variedades.....	S/C
Americano o Banana.....	1,15
Macho.....	2,00
Pomelo Rojo.....	1,30
Otras Variedades.....	S/C
Rambután.....	8,00
Sandia Sin Semilla.....	1,20
Con Semilla.....	1,90
Uva Sin Semilla Negra.....	4,00
Sin Semilla Blanca.....	4,50
Tamarindo.....	4,50
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga de Hojas Lisas Verde.....	0,80
Ajo Blanco.....	3,80
Tierno o Ajete.....	4,50
Morado.....	3,90
Otras Variedades.....	3,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,10
Otras Variedades.....	0,80
Apio Verde.....	0,80
Berenjena Morada.....	1,20
Otras Variedades.....	1,40
Boniato o Batata.....	1,10
Brocolo o Brocoli o Brecol.....	2,80
Calabacín Verde.....	1,00
Blanco.....	1,10
Calabaza de Verano.....	1,25
De Invierno.....	3,50
Otras Variedades.....	S/C
Cardo.....	S/C
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,65
Babosa.....	0,55
Morada.....	0,90
Recas y Similares.....	1,80
Blanca Dulce de Ebro.....	1,80
Francesa o Echalote.....	1,80
Otras Variedades.....	0,55
Tierna.....	0,80
Chirivía.....	1,40
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	1,20
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,70
De Bruselas.....	S/C
De Hojas Lisas.....	S/C
Coliflor.....	1,90
Endivia.....	2,80
Escarola Rizada o Frisé.....	1,20
Lisa.....	1,30
Espárrago Verde o Triguero.....	3,00
Espinaca.....	1,20
Guindilla Verde.....	4,00

Roja.....	4,20
Guisante.....	3,00
Haba Verde o Habichuela.....	4,70
Judía Verde Fina.....	10,00
Verde Bobby.....	4,80
Verde Perona.....	4,60
Laurel.....	1,00
Lechuga Romana.....	0,65
Iceberg.....	1,00
Cogollo.....	1,50
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,40
Maíz o Mollo.....	1,50
Nabo.....	1,20
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,00
Perejil.....	0,80
Pimiento Verde Italiano.....	2,90
Rojo Lamuyo.....	2,00
Amarillo Tipo California.....	1,80
Verde Cristal.....	3,00
Rojo California.....	2,60
Verde Padrón.....	4,25
Ñoras Secas.....	20,00
Puerro.....	1,20
Rábano y Rabanilla.....	1,60
Remolacha Común o Roja.....	0,80
Seta Champiñón.....	2,45
Girgola o Chopo.....	4,30
Shii-Take.....	4,50
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta.....	1,90
Liso Rojo Rama.....	2,90
Liso Rojo Pera.....	2,40
Cherry.....	4,00
Liso Verde Rambo.....	2,70
Liso Rojo Tipo Canario.....	2,30
Asurcado Verde Raf.....	6,00
Liso Verde Mazarrón.....	3,00
Kumato.....	3,00
Otras Variedades.....	3,00
Muchamiel.....	S/C
Zanahoria en Rama.....	S/C
Nantesa.....	0,90
Jengibre.....	3,50
Ñame o Yame.....	1,70
Ocra o Quimbombó.....	4,00
Tamarillo Otras Variedades.....	4,00
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	2,75
Hortalizas IV Gama.....	4,80
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Blanca Liseta Granel.....	0,65
Blanca Liseta Confec.....	0,70
Nuevas.....	0,90
Blanca Spunta Confec.....	0,65
Blanca Agria Granel.....	0,70
Blanca Agria Confec.....	0,65
Roja Otras Variedades Granel.....	0,60
Roja Otras Variedades Confec.....	0,65
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 9 de abril de 2026. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.	
<b>ALMENDRAS Euros/Kg</b>	
Marcona.....	6,06
Largueta.....	5,47
Comuna.....	4,98
Ferragnes.....	5,24
Garrigues.....	5,27
Guara.....	5,07
Ramillete.....	5,24
Comuna Ecológica.....	6,66
<b>Mercasevilla</b>	
Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 13 al 19 de abril de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por Mercasevilla.	
<b>FRUTAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga Hoja Rizada.....	0,95
Achicoria.....	4,20
Aguacate Fuerte.....	3,45
Hass.....	4,03
Otras Variedades.....	3,90
Ajo Morado.....	3,51
O.V.....	5,00
Tierno o Ajete.....	10,40
Albaricoque O.V.....	1,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,00
Almendra.....	4,40
Apio Verde.....	1,25
Apionabo.....	1,70
Berenjena Morada.....	1,02
O.V.....	1,80
Boniato o Batata.....	1,34
Brócoli o Brécol.....	3,72
Torre o Romanescu.....	1,40

Cacahuete.....	2,75
Calabacín Blanco.....	0,93
Verde.....	0,96
Calabaza de Verano.....	0,85
Otras Variedades.....	0,71
Kaki O.V.....	2,20
Rojo o Persimon.....	2,60
Sharoni.....	1,80
Carambola.....	11,00
Cogollo.....	1,80
Castaña.....	S/C
Cebolla Babosa.....	0,76
Blanca Dulce.....	1,17
Francesa / Echalote.....	4,20
Grano de Oro Valenciana.....	0,64
Morada.....	1,13
Tierna.....	1,19
O.V.....	1,20
Cereza O.V.....	7,00
Chirimoya O.V.....	2,74
Ciruela Golden Japan.....	2,80
O.V.....	3,05
Santa Rosa.....	2,20
Coco O.V.....	1,00
Col China o Pekinensis.....	1,55
De Bruselas.....	1,85
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,64
Ropollo Hoja Rizada.....	0,60
Coliflor.....	1,58
Dátil O.V.....	8,12
Endivia.....	1,30
Roja.....	2,50
Escarola O.V.....	2,20
Espárrago Blanco.....	11,00
S.C.....	5,76
Triguero.....	6,00
Espinaca.....	1,00
Fresa.....	8,00
Fresón.....	2,26
Frambuesa.....	14,40
Granada.....	3,40
Grosella.....	26,60
Guayaba.....	8,00
Guisante.....	3,60
Tirabeque / Bisal.....	10,00
Haba Verde / Habichuela.....	2,40
Higo Breva.....	11,00
Chumbo.....	5,25
Hinojo.....	2,00
Jengibre.....	2,80
Judía Verde Bobby.....	3,87
Verde Fina.....	5,96
Verde Helda.....	4,38
Verde Perona.....	3,00
Kiwi Kiwigold.....	6,65
O.V.....	5,30
Pulpa Verda.....	3,39
Laurel.....	0,85
Lechuga Batavia.....	0,95
Cogollo.....	1,20
Hoja de Roble.....	0,92
Iceberg.....	1,00
Lollo Rosso.....	1,00
O.V.....	1,84
Romana.....	0,71
Lima O.V.....	1,77
Limón Eureka.....	1,50
Fino o Primafiori.....	1,60
O.V.....	1,10
Verna.....	1,46
Mandarina O.V.....	1,30
Clemenvilla Ono.....	1,00
Ortanique.....	1,00
Mango.....	3,83
Mangostan.....	11,00
Manzana Fuji.....	1,60
Golden.....	1,93
Granny Smith.....	1,80
O.V.....	2,38
Pink Lady.....	2,20
Reineta.....	1,85
Royal Gala.....	1,79
Starking.....	1,88
Melocotón Merry Elegant Lady.....	5,60
Baby Gold Amarillo.....	5,45
Melón Amarillo.....	0,85
Galia.....	2,46
O.V.....	1,70
Piel de Sapo.....	2,52
Mora.....	17,30
Nabo Similares.....	1,50
Naranja Lane Late.....	0,79
Navel Late.....	0,65
Almendra.....	0,60
O.V.....	1,00
Salustiana.....	0,73
Valencia Late.....	0,80
Nectarina O.V.....	2,80
Níspero.....	3,76
Nuez.....	4,28
Papaya O.V.....	3,75

## Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el periodo comprendido del 6 al 12 de abril de 2026. Precios origen. Semana 15/2026.

## PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Esta semana se han realizado compras en campo de mandarinas híbridas (Orri), naranjas del grupo Navel (Navel Lane Late y Navel Powell), naranjas blancas (Valencia Late y Valencia Midnight) y limón Verna. Las compras en campo de Orri se pueden dar por finalizadas con un incremento de su cotización media esta semana debido a últimas compras puntuales de calidad. Las campañas de Navel Lane Late y Navel Powell también finalizan esta semana en la Comunitat Valenciana, a excepción de la Vega Baja donde se ha vendido aproximadamente 45% de la producción. Las cotizaciones se han mantenido estables respecto de la semana anterior. Las compras están centradas en el grupo de las Valencias, con un ligero repunto en el interés por cerrar operaciones de compraventa. Si bien, a pesar de existir cierta demanda, ésta continúa estando por debajo de lo esperado por estas fechas. Respecto al limón, la campaña de Verna avanza con aproximadamente un 30% del volumen comercializado y un 8% recolectado. Las cotizaciones se mantienen estables.

## 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.

Paraguay Platereta.....	S/C
O.V.....	S/C
Patata Blanca Agria Granel.....	0,75
Blanca Granel Confec.....	0,35
Calidad Monalisa.....	0,70
Nueva Confec.....	0,95
Roja Granel Confec.....	0,72
Pepino O.V.....	1,06
Pera Agua o Blanquilla.....	1,89
Conference.....	2,03
Decana del Comicio.....	2,30
Ercolini / Moretini.....	2,99
Limonera.....	2,00
O.V.....	2,80
Passacrassana.....	1,95
Perejil.....	0,60
Pfifalís.....	8,00
Pimiento Amarillo California.....	2,80
O.V.....	5,50
Rojo California.....	1,42
Rojo Lamuyo.....	2,02
Verde Cristal.....	2,33
Verde Italiano.....	2,66
Piña.....	1,58
Pitaya.....	9,30
Plátano.....	2,27
Americano o Banana.....	1,17
Pomelo Amarillo.....	1,45
O.V.....	1,40
Rojo.....	1,30
Puerro.....	1,05
Rábano y Rabanilla.....	1,00
Rambután.....	8,25
Remolacha Común o Roja.....	0,90
Resto de Hortalizas.....	4,30
Sandia con Semilla.....	1,35
Sin Semilla.....	1,94
Seta Champiñón.....	3,00
Hongo Boletus Edulis.....	10,50
Hongo O.V.....	4,85
Shiitake.....	7,45
Tamarindo.....	6,00
Tomate Cherry.....	6,04
Liso Rojo Daniela.....	2,28
Rojo Pera.....	2,29
Rojo Rama.....	3,10
Liso Verde Rambo.....	2,50
O.V.....	5,42
Uva Blanca O.V.....	2,50
Negra O.V.....	2,55
Red Globe Roja.....	2,75
Sin Semilla Blanca.....	4,07
Sin Semilla Negra.....	3,82
Zanahoria O.V.....	1,07

Alcachofa.....	0,70
Lechuga.....	1,00
Cebolla.....	0,50
Coliflor.....	S/C
Espárragos.....	9,00
Judías Verdes Perona.....	6,00-4,50
Patatas Calidad.....	0,50
Primor.....	0,80
Pimientos Verdes.....	S/C
Tomate Maduro.....	S/C
Tomate Verde.....	2,25
Zanahorias.....	S/C

## Pizarra Precios Almeria

Información de la Pizarra de Precios de Almería, del 17 de abril de 2026. Información facilitada por Asaja Almería.

FRUTAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Pimiento California Verde.....	1,02
California Rojo.....	0,45
California Amarillo.....	0,61
Lamuyo Verde.....	0,91
Lamuyo Rojo.....	0,70
Italiano Verde.....	2,28
Tomate Suelto.....	1,48
Rama.....	1,22
Pera.....	1,69
Berenjena Larga.....	0,51
Calabacín Fino.....	0,36
Pepino Almería.....	0,28

## Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 14 de abril de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CITRICOS	Euros/Tm
<b>NARANJA</b>	
Lane Late Calidad 1.....	S/O
Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 1.....	0,42-0,45
Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 2.....	0,39-0,41
Valencia Delta Calidad 1.....	0,40-0,43
Mandarina Híbrida Tango.....	S/O
Industria Grupo Navel,	
Blanca y Salustiana.....	0,30
Contratos Plurianuales.....	S/O

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

Mercado con poca actividad. Repetición de las cotizaciones de fresco para las variedades Navel Powell, Barfield y Chislet calidad 1 y 2 y de la variedad Valencia Delta. Bajada de la horquilla superior en la variedad Valencia Delta. La parte superior de las horquillas se corresponde con calibres altos y extras. Repetición de la cotización de la naranja para industria, de la que ya no se cotizan los contratos para grandes volúmenes y plurianuales. La próxima sesión se celebrará el 21 de abril.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 14 de abril de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
<b>TRIGO DURO</b>	
Grupo 1.....	256,00
Grupo 2.....	248,00
Grupo 3.....	134,00
Grupo 4.A.....	238,00

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 15, del 6 al 12 de abril 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		
Nadorcott	S/C	Alicante
Nadorcott	S/C	Castellón
Nadorcott	S/C	L. Valencia
Ori	1,28-1,60	Castellón
Ori	S/C	Valencia
Ori	S/C	L. Valencia
Ortanique	S/C	Alicante
Ortanique	S/C	Castellón
Ortanique	S/C	Valencia
Ortanique	S/C	L. Valencia
NAVEL		
Navel Lane Late	0,35-0,45	Alicante
Navel Lane Late	0,30-0,42	Castellón
Navel Lane Late	S/C	Valencia
Navel Lane Late	S/C	Castellón
Navel Powell	0,40-0,50	Alicante
Navel Powell	0,28-0,40	Castellón
Navel Powell	0,28-0,48	Valencia
Navel Powell	0,30-0,55	L. Valencia
BLANCAS		
Valencia Late	0,35-0,45	Alicante
Valencia Late	0,30-0,50	Castellón
Valencia Late	0,28-0,42	Valencia
Valencia Late	0,30-0,42	L. Valencia
Midknight	0,37-0,43	Castellón

Midknight	0,32-0,50	Alicante
Midknight	0,35-0,56	L. Valencia
LIMÓN		
Limón Fino	S/C	Alicante
Limón Verna	0,80-0,95	Alicante
POMELO		
Pomelo Rojo	S/C	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Aguacate		
Lamb Hass	S/C	Castellón
Lamb Hass	S/C	Valencia
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ajo Puerro	0,70	Alicante
Tierno (garba)	1,98-2,20	Valencia
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,19-1,20	Alicante
Consumo Fresco	0,40-0,85	Castellón
Consumo Fresco	0,44-0,62	Valencia
Industria Corazones	0,50-0,70	Alicante
Industria Corazones	0,30-0,40	Alicante
Apio Verde	0,30-0,55	Alicante
Berenjena		
Rayada	0,88-1,11	Alicante
Boniato		
Rojo	S/C	Alicante
Calabaza Redonda	S/C	Castellón

Tipo Cacahuete	0,33-0,43	Alicante
Tipo Cacahuete	S/C	Castellón
Cebolla Tierna	0,68	Valencia
Spring	0,55	Castellón
Col		
Lombarda	0,40-0,45	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,31-0,41	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,38-0,68	Castellón
Brócoli	0,56-1,72	Alicante
Brócoli	1,13	Castellón
China	S/C	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,45-1,01	Alicante
Blanca	0,70-0,99	Castellón
Blanca	0,76-0,98	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	S/C	Castellón
Hoja Rizada	S/C	Valencia
Industrial	S/C	Castellón
Guisantes		
Verdes Grano	3,01-4,09	Alicante
Haba		
Muchamiel	0,87-2,15	Alicante
Muchamiel	1,28-1,45	Castellón
Lechuga		
Romana	0,29-0,40	Castellón

Romana	0,22-0,31	Valencia
Maravilla	0,30-0,55	Castellón
Trocadero	0,36-1,50	Castellón
Patata		
Blanca	0,38-0,69	Alicante
Blanca	0,43	Castellón
Pimiento California Rojo	1,91	Alicante
Tomate Acostillado	1,63-3,23	Alicante
Raff	2,34	Castellón
Zanahoria	0,27	Alicante
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,66-4,96	Alicante
Comuna	4,75-5,00	Castellón
Largueta	4,86-5,46	Alicante
Marcona	5,51-6,11	Alicante
Marcona	6,00-6,10	Castellón
Plantea	4,66-4,96	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,65-2,90	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	4,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	4,25-4,30	Castellón
Garrofa		
Entera	0,30-0,36	Castellón

Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Grupo 5	S/O
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
<i>Próxima sesión 28 de abril de 2026.</i>	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 7 de abril de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	
Floración Tardía Monovarietal	S/C
Soleta	5,35
Belona	5,75
Lauranne	5,25
Guara	5,25
Antoñeta	S/O
Constantí	5,50
Comuna	
Tradicional	5,05
Ecológica	6,50
Incertidumbre en el mercado por la situación geopolítica.	

No hay actualización porque se ha celebrado la sesión de la lonja de almendras correspondiente al 14 de abril de 2026.

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 14 de abril 2026. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	165,00
CEBADA	
Importación	S/C
Nacional P.E. (62-64)	218,00
CENTENO	
Centeno	212,00
COLZA	
Importación 34/36%	270,00
GARROFA	
Harina	275,00
Troceada	317,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	312,00
GIRASOL	
Floración Tardía	275,00
Semillas de Girasol	530,00
Importación 28/3	S/C
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	S/C
Importación	224,00
Importación CE	229,00
MIJO	
Importación	345,00
SOJA	
Harina	

Soja Import. 47%	428,00
Harina	
Soja Nacional 47%	425,00
Aceite Crudo de Soja	1.138,00
Salvados de Soja	220,00
TRIGO	
Trigo Forrajero	306,00
Forrajero Importación	316,00
ACEITE	
Palmiste	
Importación	222,00
Crudo	
de Palma	295,00

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 15 de abril de 2026, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	195,00
Cebada	191,00
Triticale	186,00
Centeno	175,00
Avena	145,00
Maíz	213,00
FORRAJES	
Alfafa	
Paquete Rama	200,00
Paquete Deshidratado	230,00
Paja 1ª Cebada	39,00
Veza Forraje de 1ª	150,00
Forraje	110,00
ALUBIAS	
Canela	S/C
Negra	S/C
Palmeña Redonda	S/C

Planchada	S/C
Plancheta	S/C
Pinta	S/C
Riñón de León	S/C
Redonda	S/C
GIRASOL	
Girasol	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
PATATAS	
Agria	120,00
Jaerla	S/C
Kennebec	210,00
Red Pontiac	180,00
Red Scarlet	100,00
Yona	100,00
Aunque en la sesión de la lonja de León celebrada hoy el precio de la carne de vacuno ha repetido, llevaba varias semanas bajando, esta bajada no se había trasladado al ganado pastero debido a la poca oferta que había en estos animales, pero al final ha tenido que corregir su precio. Decir que el consumo de carne se reactivó sobre todo debido a una buena Semana Santa en el sector hostelero, lo que ha incidido en que se mantengan los precios. La exportación de animales vivos a terceros países sigue cerrada debido al brote de dermatosis nodular y la venta de canales principalmente con destino a Argelia también está paralizada, en este caso debido a la documentación que exige este país para certificar que el sacrificio se ha hecho según el ritual musulmán Halal. Continúa el goteo de bajadas en trigo y cebada, los dos cereales más presionados debido a que todavía existe una abundante oferta y los fabricantes retrasan sus compras	

esperando aun mejores oportunidades. Los precios en los mercados internacionales siguen siendo impredecibles, puesto que en un mismo día se puede dar la circunstancia de informaciones totalmente contradictorias, lo que no ayuda a tomar un posicionamiento claro de cómo puede evolucionar este sector en un corto plazo. Repetición en las cotizaciones del resto de productos y en todas sus categorías. Pueden consultar todos los precios en nuestra web [www.lonjadedeleon.es](http://www.lonjadedeleon.es).

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 14 de abril de 2026. Campaña 2025-2026.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Navel	Sin existencias
Navel Lane Late	Sin existencias
Navel Powell	
Barnfield y Chislett	0,42
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	0,45
Valencia Late	0,36
GRUPO MANDARINAS	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	

## LEGISLACIÓN

# El MAPA convoca ayudas al intercambio de conocimiento en el sector agroalimentario y forestal por casi 10 millones de euros

El plazo de presentación de solicitudes abarca desde el 17 de abril hasta el 18 de mayo

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) una nueva convocatoria de ayudas para fomentar el intercambio de conocimiento, innovación y formación en el sector agroalimentario, con un presupuesto de 9,81 millones de euros.

Estas ayudas, que se desarrollan en el marco del pilar de desarrollo rural del Plan Estratégico de la Política Agraria Común, están cofinanciadas

en un 43 % por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y un 57 % por el ministerio. Las actuaciones de formación que se financian son únicamente las destinadas a aumentar las competencias digitales de los profesionales.

El plazo para presentar las solicitudes comienza mañana, día 17, y finaliza el próximo 18 de mayo. Las ayudas se pueden solicitar tanto por entidades individuales de ámbito nacional como por agrupación de hasta cinco

solicitantes, que, en todo caso, deberán tener carácter supraautonómico, tanto en su composición como en su ámbito de ejecución.

Se podrán solicitar subvenciones de hasta un máximo de 500.000 euros por propuesta y con una cuantía mínima de 70.000 euros. El periodo de ejecución de estas iniciativas abarca desde el momento de la presentación de la solicitud hasta mayo de 2028, y se habilitará un pago intermedio en 2027, así como un pago final.

Las actuaciones financiables deberán incluir la organización de eventos de todo tipo, actividades demostrativas presenciales y programas formativos en el ámbito de la digitalización. Todas ellas deberán ser de interés para las zonas rurales y el tejido agroalimentario privado.

Estas ayudas, destinadas al intercambio de conocimientos y actividades formativas, se han diseñado como instrumento directo para reforzar el Sistema de Conocimiento e Innovación en

Agricultura (SCIA/AKIS), al fomentar los flujos de información, la interacción entre actores claves y los mecanismos de transferencia que sostienen este modelo.

Su diseño responde al objetivo transversal de la Política Agraria Común (PAC) de modernizar el sector agrario mediante el impulso del conocimiento, la innovación y, sobre todo, la adopción efectiva de innovaciones tecnológicas y sociales por parte del sector agroalimentario y las zonas rurales.

Con el fin de presentar los detalles de esta convocatoria, el día 23 de abril se celebrará una jornada informativa en formato mixto – presencial en la sede del ministerio y en línea-, organizada en colaboración con la Escuela de Organización Industrial (EOI). En el evento, participarán el Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) y la dirección general de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria.

## MERCADOS NACIONALES

Clemenrubí,	
Orogros 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.....Sin existencias	
Leañri.....Sin existencias	
Nardocott.....Sin existencias	
Ortanique.....Sin existencias	
Orri.....Sin existencias	
<i>Nota: Las compras se centran sobre todo en</i>	
<i>Valencias. La próxima publicación del boletín</i>	
<i>de cotizaciones de la Mesa de Precios de</i>	
<i>Cítricos será el 14 de abril de 2026.</i>	
Información de los precios agrarios de la	
sesión celebrada en el Consulado de la	
Lonja de Valencia, del 16 de abril de 2026.	
<b>ARROCES</b>	<b>Euros/Tm</b>
<b>CÁSCARA</b>	
J. Sendra,	
disp. Valencia.....500,00	
Monsianell,	
disp. Valencia.....500,00	
Guadamar, disp. Valencia.....S/C	
Gladio,	
disp. Valencia.....S/C	
Provincia,	
disp. Valencia.....270,00	
Puntal.....365,00-370,00	
Bomba,	
disp. Valencia.....S/C	
Albufera, disp. Valencia.....S/C	
<i>Precios por tonelada, según rendimientos,</i>	
<i>a granel</i>	
<b>BLANCO</b>	
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	
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
<b>SUBPRODUCTOS</b>	
Cilindro,	
disponible Valencia.....200,00-210,00	
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia.....350,00-360,00	
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia.....480,00-500,00	
<b>GARROFAS Y DERIVADOS</b>	<b>Euros/Tm</b>
Variedad Matalafera y similares (origen)	
<b>ENTERA</b>	
Zona Valencia.....Sin Operaciones	
Zona Alicante.....S/C	
Zona Castellón.....Sin Operaciones	
Zona Tarragona.....S/C	
Zona Murcia.....Sin Operaciones	
Zona Ibiza.....Sin Operaciones	
Zona Mallorca.....Sin Operaciones	
<i>Precios por tonelada, a granel, según</i>	
<i>rendimientos</i>	
Troceada Integral, disp. orig.....S/C	
Troceada sin Harinadisponible origen..S/C	
Troceado Fino, disp. origen.....S/C	
Garrofin, disp. origen.....Sin operaciones	
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/Tm</b>
Agria, origen España,	
disp. Val.....420,00	
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	
Nueva, origen Egipto,	
disp. Valencia.....680,00	
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25</i>	
<i>kgs.</i>	
<b>CEBOLLAS</b>	<b>Euros/Tm</b>
Variedad Grano,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo.....	
450,00-700,00	

*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.*

## Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 6 al 12 de abril de 2026.

## CEREALES

■ **De invierno:** En **Almería**, los cereales en la **comarca de Los Vélez, zona de María**, se encuentran en estado de hoja bandera y próximo a espigar. Lleva un retraso de veinte días por la climatología de meses anteriores. Se han podido aplicar coberteras con N-27% en dosis de 200 kg/ha en las parcelas de **cebada**. Las **avenas** llevan una cobertera de 27% de nitrógeno con dosis de 200 kg/ha. En **Córdoba**, el estado fenológico del **cereal de invierno** se encuentra entre encañado y espigado. El desarrollo vegetativo es muy dispar según el grado de encharcamiento y asfixia radicular de cada parcela y de en qué momento se ha podido entrar para tratar. Durante la semana se han ido terminando de aplicar herbicidas y tratamientos preventivos de enfermedades fúngicas. En las **comarcas de Pedroches y La Sierra** los cereales están próximos a espigar, por lo que en las próximas semanas comenzarán las siegas de **forraje** para heno y ensilado. En **Huelva**, en la **comarca Condado Campiña**, los cereales más adelantados se encuentran en fase de espigado, hay muchas parcelas en fase de encañado. Llevan abonado de fondo triple quince y en cobertera urea 46%. En **Jaén**, en la **comarca la Loma y El Condado**, las **cebadas**, sembradas en rastrojos de algodón, no llevan abonos de fondo. Se encuentran en el estado fenológico predominante de espigado; no se observan plagas ni enfermedades. Las parcelas están limpias. Ha habido exceso de agua, pero no ha afectado al cultivo de forma significativa. Han caído precipitaciones puntuales de 5-10 l/m<sup>2</sup> que han venido muy bien al **cereal**. En **Sevilla**, los cereales de invierno presentan como fenología dominante la floración, pueden verse parcelas más atrasadas en fase de espigado y otras más adelantadas en grano lechoso. En la **comarca de la Campiña, en la zona de Écija, La Luisiana, Osuna y Herrera**, los cereales se encuentran espigando en fase de floración y los más adelantados comenzando el llenado de granos. Hay problemas de roya que no se ha podido tratar en algunas parcelas. Las coberteras no se han dado en todas las fincas, destacando la urea al 46% como abonado de referencia. ■ **De primavera:** En la Marisma, en ambos márgenes, ha comenzado la preparación de las tierras para la próxima siembra del **arroz**. Se nivelan las parcelas, se rehacen los almorriones y se aplican labores para oxigenar el terreno y eliminar las malas hierbas.

## TUBÉRCULOS

En **Huelva**, este año las **patatas** presentan cierto retraso respecto a otras campañas. Las inclemencias no han permitido realizar las siembras en su fecha. Hay mucha parcela retrasada casi **sin patata de media estación**. En estos momentos se encuentran cubriendo las calles o con los brotes laterales en crecimiento. En la **patata tardía**, el estado más frecuente es el BBCH: 31-39 (crecimiento de brotes laterales) y el más adelantado el BBCH 41-49 (desarrollo de partes vegetales cosechables). En **Málaga**, en la **comarca de Vélez-Málaga, zona de Almayate**, se observan parcelas de **patatas extra tempranas** que la próxima semana comienzan la recolección. Los rendimientos esperados oscilan entre 30-33 t/ha. Ha habido mucha humedad y lluvias en la zona con mermas importantes. El cultivo de la **patata temprana** presenta retraso y la fenología oscila entre formación de brotes laterales y crecimiento de los mismos hasta ocupar la calle. Los riegos en estos momentos son endebles, se dan para aflojar el suelo y nada más. La producción de **patata** en la zona ha ido en descenso en los últimos años. En **Sevilla**, se realiza la plantación y primeros estadios de los esquejes de las **batatas** y los **boniatos**

## LEGUMINOSAS

En **Córdoba**, algunas de las plantaciones de **habas y guisantes**, que ya se encuentran en floración, están siendo incorporadas como abono en verde al terreno; otras más adelantadas, ya en granazón, serán cosechadas. En la **comarca Campiña Norte y Campiña Sur (Jaén)**, las parcelas sembradas de **garbanzos del tipo Pedrosillanos** se encuentran en fase de nacerencia o emergencia de plántulas. Llevan un herbicida en preemergencia.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

En **Córdoba**, las siembras de **girasol** están muy retrasadas. Aunque hay mucho sembrado y naciendo, todavía quedan muchas parcelas en las que la tierra se está preparando, e incluso existen algunas en las que a fecha de hoy no se puede entrar. Donde el estado del terreno lo permite se realizan labores preparatorias del terreno para la siembra de algodón. En **Huelva**, el **girasol** se encuentra nacido en muchas parcelas de **Condado Campiña y Condado Litoral**. Tienen las primeras hojitas fuera. Hay un 50% de alto oleico y 50% de linoléico en **zonas como Chucena-Chucena-Escacena-Manzanilla**. No llevan abono de fondo y la densidad de plantas es de 60-65.000 por hectárea. En **Jaén**, en **algodón** se han realizado labores con chisel, gradas y rastra, preparando el lecho de siembra del cultivo, que comenzará a finales de abril. En **Sevilla**, el **girasol** puede verse en nacerencia y desarrollo de hojas, con un palmo de altura en las parcelas más adelantadas. En **zonas como Los Palacios, Las Cabezas de San Juan, Lebrija, Dos hermanas y Utrera** la siembra ya ha finalizado. Predomina el alto oleico con 65.000 plantas/ha. Llevan abonado con triple quince, a razón de 200 kg/ha en parcelas de riego. Han comenzado las siembras de **algodón** en la **comarca de La Vega**. Se están empleando ciclos medios con variedades como Celia y Carla. La dosis de semilla está siendo de 27 kg/ha. Llevan abonado de fondo con fosfato diamónico en dosis de 300 kg/ha aproximadamente.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Cádiz**, el cultivo de la **haba de verdeo** se encuentra retrasado debido a las inclemencias climáticas. La mayoría de parcelas se encuentran en fase de crecimiento de la vaina y engorde de frutos. La campaña de las **calabazas** está comenzando en **zonas como Sanlúcar de Barrameda**. Los tipos verde se encuentran en los mercados con cotizaciones bajas. Está habiendo poco destrío de momento. En **Granada**, la campaña del **espárrago** se encuentra en el 50% aproximadamente. Se observa una disminución del 30-40% del rendimiento. Esta caída se debe principalmente a la climatología, frío y lluvias persistentes e intensas durante estos meses de invierno. Se han detectado ataques puntuales de rosquilla. En la **comarca de La Vega**, las parcelas de **ajos** están disparejas, el estado predominante es engorde de la cabeza. Se han dado un número alto de tratamientos fungicidas debido a la alta humedad en el terreno. Los **ajos chinos** se encuentran retrasados. Se espera que comience la recolección de las parcelas más tempranas sobre el 8-10 de mayo. En **Málaga**, en la **comarca Norte**, las **cebollas** se encuentran en fase de engorde del bulbo, a final de mes comenzará la recolección en las parcelas más tempranas. Se encuentran con buen desarrollo, llegando a los 40 cm de altura y 400.000 plantas/ha. Se han tenido que aplicar tratamientos fungicidas contra el mildiu cada diez días. En **Sevilla**, los **tomates de invernadero** pueden verse en estado de floración y engorde del fruto. Se han trasplantado en la primera quincena de enero con densidad de 3,5 plantas/m<sup>2</sup>. La fenología predominante es la de engorde de frutos, con crecimiento de la planta y cinco ramos formados. En los invernaderos de flor cortada, clavel y clavellina, se aplican abonados con sulfato potásico con dosis de 5 kg/semana/1000m<sup>2</sup>, además de fósforo 1,5 kg/semana/1000 m<sup>2</sup>. Se recogen **zanahorias, espárragos, cebolletas, remolacha de mesa y puerros** al aire libre.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, en la **comarca Campos de Nijar**, en los invernaderos de **sandías** comienzan a salir los primeros frutos en parcelas de ciclo extra temprano. La mayoría se encuentra en fase de engorde. Comienzan las ventas de **sandías rayadas sin pepitas** con pesos de 6-7 kg/pieza. Se observan invernaderos de melones en fase de cuaje y los más adelantados en fase de engorde de frutos, se espera comenzar con los primeros sobre el 10 de mayo. El **tipo Cantaloup** es de los predominantes. En los invernaderos de **calabacines**, se observa un buen desarrollo vegetativo y siguen subiendo las producciones. En **Cádiz**, en esta semana encontramos **calabacines blancos tanto Fino como Estándar**. En el **tipo Fino** las cotizaciones han sido algo mejores, hay algo de destrío. Se empiezan a recoger los primeros **melones Galia**, con buenas cotizaciones. La mayoría de plantaciones

se encuentran en estado fenológico de floración y cuaje, con otras en fase de engorde. Los invernaderos de **pimientos italianos** se encuentran comenzando campaña. No hay muchos kilos de momento. Los **tipos Italiano verde y rojo** salen de las fincas. Hay un destrío de un 10% de las ventas. En **Granada**, en la **comarca de La Costa, municipio de Albuñol, zonas Los Castillas y Huarea**, en los invernaderos de **tomates Cherry** tanto tipo **Redondo liso** como **tipo Pera** ha habido problemas de cuaje debido a las lluvias y nublados. Se observa una merma de un 10% de la producción. En la **zona de Albuñol** se encuentran invernaderos de **guisantes** al 80% de la campaña. Hay poca superficie este año, por lo que en breve finalizará la campaña. Suelen tener una longitud de vaina de 6-10 cm. Los invernaderos de **judías** se encuentran en diversos estados de desarrollo en los invernaderos de la **zona de Albuñol**, las más adelantadas se encuentran en recolección y las más retrasadas se están trasplantando. Los tipos Redondo presentan variedades como Emerite. En **Huelva**, en el cultivo de la **fresa**, la campaña se desarrolla ya en plena recolección y producciones más bajas que en otras temporadas (en torno a los 350 gramos/planta). La causa, las inclemencias climáticas y la eliminación de productos eficaces por las políticas medioambientales. Se recolectan actualmente variedades tales como la **Marimbella y la Rociera** que se plantaron a mediados de octubre. En las plantaciones de **arándanos**, se observan invernaderos en producción avanzada con variedades como **Snov Chaser** que producirá hasta junio. En estos momentos se están cogiendo desde el inicio de la campaña unos 4 kg/planta con una densidad de 2.700 plantas/ha. Comienza otra variedad como es la **Sekoya Pop**, que suele tener más calibre. Los rendimientos hasta ahora están siendo de 3.500 kg/ha por mes y subirá conforme aumenten las temperaturas.



## FRUTOS SECOS

En el cultivo del **almendro**, en la **comarca del Bajo Andarax, Campo de Tabernas**, las variedades tempranas se encuentran en engorde del fruto, ya hay hojas con tamaño definitivo y crecimiento de brotes. En variedades tardías, se observa el fruto joven, en la variedad Lauranne ramos muy apiñados que provocan frutos algo deformados; el desarrollo vegetativo similar a las tempranas. En la **comarca del Alto Almanzora**, el estado predominante en los **almendros**, es el de fruto cuajado, por lo que el cultivo del **almendro** se encuentra en el período más sensible de daños por bajas temperaturas. Según la localización de algunas explotaciones, se están observando algunos daños por las heladas del día 30 de marzo, en los **términos municipales de Oriá, Alcontar, Serón y Macael**. Se reportan daños parciales, en algunos parajes en **Oriá**, de la variedad **Guara** y más fuerte en **Marcona** y en otras explotaciones, en el término municipal de Alcontar, en variedades como **Desmayo-Largueta, Vairo y Guara**, afectación total. Todavía es pronto para cuantificar claramente la incidencia y gravedad de las temperaturas mínimas de ese día. En los **Vélez**, también afectó a los **almendros** la bajada de temperaturas del 30 de marzo. Se llegaron a valores mínimos de -3°C, en algunas zonas, principalmente en la zona de María, coincidiendo el cultivo con los estados fenológicos más sensibles a las heladas, sobre todo fruto cuajado y también, en menor medida, la floración. Las primeras valoraciones hablan de importantes mermas en la producción, sobre todo en la zona de María. En **Córdoba**, el **almendro** presenta abundante fruto cuajado. Se realizan tareas de control de las malas hierbas con herbicidas y pasas de descalcificador en suelos desnudos o mediante el picado de la hierba con desbrozadora donde se mantiene la cubierta vegetal. En Granada, en las plantaciones de **almendros**, las heladas en las **comarcas de Guadix, Baza y Huéscar** han dejado un panorama desolador con la mayoría de la floración destruida sobre todo en las variedades más tempranas. Variedades como **Lauranne y Guara** han quedado muy dañadas; otras como **Penta** más tardías se han salvado en parte. El treinta de marzo hizo bastante frío. La mayoría de las plantaciones no están aseguradas.

## FRUTOS DE HUESO Y PEPITA

En **zonas como Alcalá la Real y Castillo de Locubín (Jaén), de la comarca Sierra Sur**, los **cerezos** se encuentran en fase de cuajado. Los más tardíos los encontramos en la **zona de Torres, en Sierra Mágina**. Las nuevas plantaciones presentan un sistema semi intensivo, con marcos 8x8m. Variedades como **Nimba** son de las más tempranas de la zona con calibres grandes y color rojo oscuro, destacando por su sabor. Las hojas se están definiendo. En **Málaga**, en la **comarca Norte, zona de Alfarnate-Alfarnatejo** encontramos **cerezos** en caída de pétalos para las variedades más tardías y comenzando el cuaje en las tempranas. Lleva una semana de retraso respecto su fecha habitual. Suelen ser parcelas de secano con marcos 4x4m. La variedad **Burlat** es de las más tempranas y que más se emplean en la zona. El clima ha sido lluvioso pero favorable, ha tenido sus horas de frío. Hubo heladas a mitad de marzo, pero no afectó al cultivo. En **Sevilla**, se pueden ver parcelas de **melocotones y nectarinos** en **la Vega y en la Marisma** con los frutos en crecimiento y cierto retraso en su desarrollo con respecto a otros años, en torno a un par de semanas.

## FRUTOS SUBTROPICALES

Fin de la campaña de los **aguacates** en **zonas como Sayalonga-Torrox-Nerja (Málaga)**. Quedan pocas parcelas. La fenología es la de inicio de floración. Se podaron desde septiembre hasta febrero. Se riegan en días alternos, durante dos horas aproximadamente. En la **comarca de Vélez-Málaga, zona de Sayalonga-Torrox**, los **nisperos** se encuentran en fase de maduración los más adelantados y engordando los frutos para variedades más tardías. Los rendimientos se aforan medios y los calibres son medianos.

## CÍTRICOS

En **Córdoba**, la fenología dominante de las variedades tempranas y medias es de floración, que es muy abundante, comenzando la caída de pétalos en las más adelantadas. La recolección de **cítricos** tardíos progresa con escaso dinamismo y con rendimientos/ha por debajo de la media, mientras que las cotizaciones se mantienen altas. Se realizan podas y se aplican abonados una vez terminada la recolección. En **Sevilla**, el estado fenológico dominante en los **cítricos** es el de floración y caída de pétalos. En las fincas se realizan trabajos de poda después de la recolección. Se aplican herbicidas si ya se ha cogido el fruto y se dan labores entre calles para eliminar las malas hierbas. Se cosechan variedades tardías como **Barberinas y Valencias**, se van rematando las **Navel Powell** con producciones bajas de en torno a 15.000 kg/ha y calibres disparejos en general.

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



\*cítricos

**BIOCARE**   
by CITROSOL



AgroBank

16 Plaga de pulgón

El pulgón se mantiene bajo un control "relativo" en los cultivos hortícolas

proexport  
Hortalizas y Frutas de Murcia, España

# murcia fruits

21 de abril de 2026 • Suplemento • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



La campaña de pimiento ha arrancado en la Región de Murcia con producciones que presentan una calidad excepcional. / NEREA RODRIGUEZ

## Murcia prevé una campaña de pimiento espectacular

La temporada ha arrancado con fuerza en la Región y antes de lo habitual

### ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores murcianos de pimiento esperan una temporada espectacular y excepcional en calidad. En referencia a la calidad, en los primeros cortes ha sido excepcional y en volumen de cosecha se espera recuperar algunos kilos frente a la bajada sufrida el año pasado.

La campaña ha arrancado con fuerza en la Región y antes de lo habitual. De hecho, el 15 de marzo ya había producto murciano en los mercados, cuando suele comenzar a llegar en el mes de abril.

Murcia ha entrado ya de lleno en los mercados debido sobre todo a las dificultades que se han registrado en Almería. Los problemas generados por el *Thrips parvispinus* en la provincia andaluza han adelantado el final de su campaña, y la producción murciana ha permitido garantizar el abastecimiento de los clientes en los mercados internacionales.

Por lo que se refiere a los precios, en este principio de campaña están siendo más elevados, tanto por la retirada de Almería como por la merma de producción de

otro gran competidor: Holanda. Y tampoco en Marruecos, otro país con el que la Región rivaliza en cuota de mercados, va bien la campaña por las condiciones climatológicas.

Uno de los problemas que actualmente deben afrontar los productores murcianos de pimiento es el alza de costes que está provocando la actual crisis en Oriente Medio. Un incremento que, hasta el momento, ha alcanzado el 12%, tanto por la subida del gasoil, como de los productos fitosanitarios, entre otros insumos.

En este contexto, y a pesar de los problemas que han surgido, "las expectativas de producción y calidad en Murcia son muy buenas a no ser que pase algo", detalla la presidenta de la sectorial del pimiento de Proexport, Eva Pérez. Porque todo puede cambiar para la Región si entran lluvias o varios días nublados, lo que afectaría a la producción final. No obstante, de momento, las perspectivas para la campaña son bastante positivas.

Más información en página 6

### Esta semana



4 Sara Rubira (Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca): "El campo murciano necesita alternativas y estabilidad, no limitaciones y más incertidumbre"

8 IMIDA: La búsqueda incesante para adaptar la fruta de hueso al cambio climático

9 El limón cumple con las previsiones de producción, alcanzando poco más de un millón de toneladas

10 Joaquín Gómez (Apoexpa): "Empezamos la campaña con bastante optimismo, pese a todo"



11 Santiago Martínez (Fecoam): "Estamos en condiciones de servir la fruta que demandan nuestros clientes"



12 Manuel Ruiz (IGP Melocotón de Cieza): "Podríamos estar ante una de las mejores campañas de los últimos años"

13 Microalgas del Mar Menor y La Albufera, la clave para bioestimulantes agrícolas sostenibles

14 Las variedades de ITUM confirman su proyección y consolidan su avance en los mercados internacionales

El sector agroalimentario murciano supera los 3.500 millones en exportaciones

15 BASF | Nunhems muestra las cualidades del pimiento California Kostantine F1

Pedro Herrera es el nuevo presidente de Alcañón de España

Murcia acogerá una nueva edición de PostharvestTALKS



La Región + Eco de Europa

## 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 OROÑOZ  
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

PILAR BENITO FUENTENEYRO

## 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



## Editorial

# Dificultades y tesón



Que la campaña está siendo, y va a continuar siéndolo, difícil no es un secreto para nadie. A los habituales contratiempos meteorológicos este año se han sumado nuevos actores tan diferentes como la incidencia del pulgón y el amplio espectro de consecuencias económicas y logísticas que arrastra el conflicto bélico en Irán. Sin embargo, en este repaso que la redacción de Murcia Fruits ha realizado sobre la situación del sector hortofrutícola murciano llegamos a una conclusión: difícil no es sinónimo de nefasta. Y, ni mucho menos, de campaña perdida.

El tesón que caracteriza al sector, acompañado de la profesionalidad inherente al mismo, están consiguiendo que las incidencias en las exportaciones estén siendo mínimas, a pesar de las dimensiones que la plaga ha adquirido este año en las zonas productoras del Levante español. Al final el campo busca estabilidad y evitar al máximo la incertidumbre, como se señala estas páginas.

Hay un sentimiento generalizado, mezcla de impotencia y rabia, al no haberse conseguido para España la autorización excepcional del insecticida sistémico basado en spirotetramat. La negativa del Ministerio, peleada por las comunidades productoras, ha generado una paradójica situación intracomunitaria en la que otros Estados miembros se han convertido en competidores con

El sector murciano del pimiento está viviendo una campaña que se prevé "espectacular" y con calidad excepcional. Sin duda, una buena noticia que se extiende a otro de los productos representativos de la Región: el limón. A pesar de que lo ajustado de la producción parece que se están consiguiendo buenas rentabilidades que van a permitir que el limón murciano siga siendo un referente en la citricultura mundial. Y algo similar ocurre en la fruta de hueso

desigualdad de condiciones. Una posición desfavorable para España que el sector de la Región de Murcia afronta mirando hacia adelante, pero no resignado.

Y es así como campañas como la del pimiento, uno de los productos más representativos de las exportaciones hortofrutícolas españolas, está viviendo una temporada que se prevé "espectacular" y con calidad excepcional. Sin duda, una buena noticia que se extiende a otro de los productos representativos de la Región: el limón. A pesar de que lo ajustado de la producción parece que se están consiguiendo buenas rentabilidades que van a permitir que el limón murciano siga siendo un referente en la citricultura mundial.

Algo similar a lo que ocurre en la fruta de hueso. El sector ha invertido mucho en innovación varietal y el contar con fruta de calidad en campañas cada vez más precoces abre una ventana de

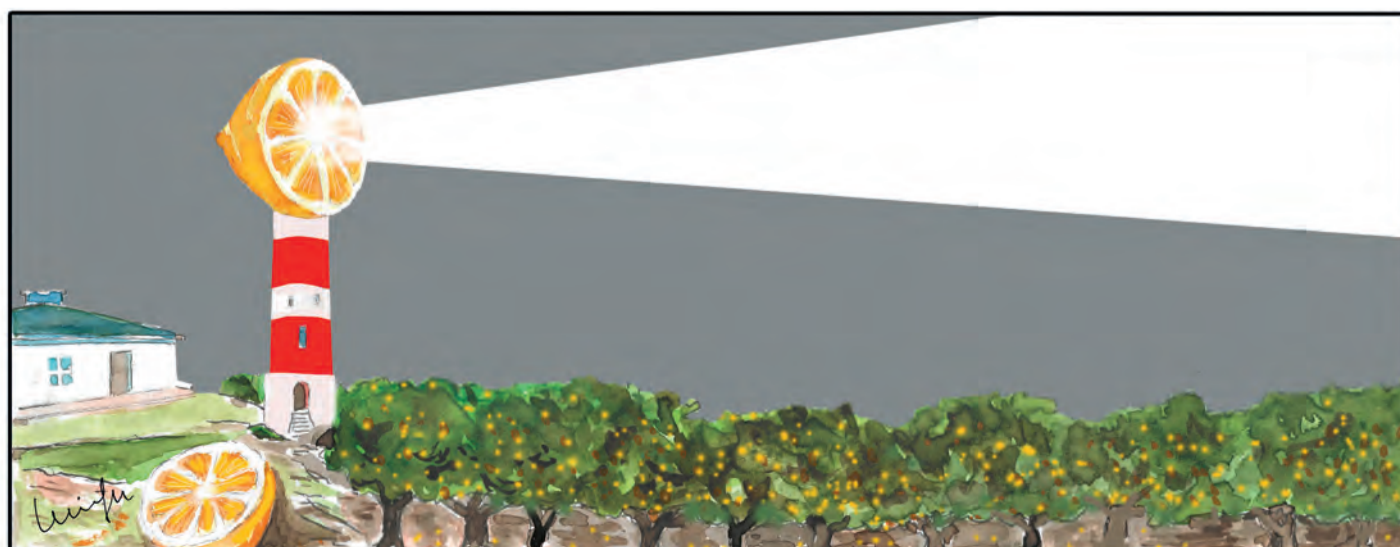
oportunidad que, sin duda, aprovecharán las empresas murcianas.

Así que iniciamos la redacción de estas páginas con la expectativa de hablar párrafos y párrafos sobre la frustración y casi desesperación frente al pulgón, la reivindicación frente al Ministerio y las repercusiones en la comercialización, más con la desventaja competitiva sobrevenida. Afortunadamente, no ha sido así y nos hemos encontrado con que lo que permanece es la reivindicación, pero que se ha seguido hacia adelante, venciendo las dificultades con tesón y con el ánimo puesto en seguir en el podio de las provincias españolas con mayor volumen de exportación agroalimentaria.

El reto está en seguir siendo la Huerta de Europa afrontando, campaña a campaña, los obstáculos que surgen en el camino. Algo que el sector murciano tiene bien aprendido y que siempre resuelve con innovación, profesionalidad, calidad, iniciativa y trabajo.

## LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Con agua

# Sin agua

## En defensa del Trasvase Tajo-Segura



SARA RUBIRA / Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca

# “El campo murciano necesita alternativas y estabilidad, no limitaciones y más incertidumbre”

La situación generada por el pulgón en la campaña hortícola murciana hace que la consejera, Sara Rubira, hable de una “situación muy difícil en varios cultivos”. Desde la Consejería se aboga por aplicar restricciones de materias activas sólo cuando se haya encontrado una alternativa fitosanitaria eficaz. Pero eso es en el medio y largo plazo. A corto plazo, siguen demandando una respuesta del Ministerio para la autorización provisional del spirotetramat, en sintonía con las soluciones implementadas en otros países europeos, ante una amenaza demasiado probable: “Sin una decisión clara por parte del Ministerio, no tengo duda de que pronto veremos lechugas portuguesas o francesas, tratadas con este producto, en nuestros supermercados”. En juego están la competitividad y la rentabilidad.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Murcia Fruits. Desde el mes de marzo el protagonista indeseado en nuestra agricultura es el pulgón, ¿cuál es la situación actual de los cultivos murcianos? ¿Qué producciones se están viendo afectadas y cuáles corren peligro en el campo de Murcia?

Sara Rubira. La situación es muy difícil en varios cultivos. Tenemos el pulgón en varias especies hortícolas y cítricos. Por el momento no hemos detectado presencia de esta plaga en frutales, pero si no se cuenta con las herramientas necesarias, también tendrán problemas. Lo mismo sucede con trips y otras plagas que tienen el mismo denominador común: la falta de plaguicidas efectivos.

Desde el Gobierno de la Región de Murcia hemos reclamado en más de una ocasión que son necesarias soluciones a la falta de productos fitosanitarios con los que combatir estas plagas y, sobre todo, lo que se necesita es agilidad, y cuando un producto se autorice en otro país de la UE se autorice automáticamente en España. Es lo que llamamos reconocimiento mutuo, que he reclamado tanto en el Ministerio como en Bruselas, que un producto que esté autorizado en otro país pueda usarse en España sin los actuales tiempos de espera.

MF. Llevan semanas batallando con el Ministerio de Agricultura para conseguir una autorización excepcional para poder aplicar el insecticida sistémico basado en spirotetramat, ¿en qué punto está esta petición de las comunidades autónomas afectadas?

SR. Hasta la fecha no nos han dado la autorización excepcional que solicitamos. Presentamos informes para el uso de spirotetramat en cultivos hortícolas, frutales, uva de mesa, entre otros y todas fueron denegadas. Por eso interpusimos un recurso de alzada a esa decisión. Una decisión que, a día de hoy, siguen sin

explicar. Reconocen que nuestros agricultores no tienen las herramientas necesarias pero no aportan soluciones al problema que estamos sufriendo en los campos de cultivo. Y lo peor de todo es que se está generando una competencia desleal dentro de la UE cuando este producto sí se puede usar de forma excepcional en seis países. Sin una decisión clara por parte del Ministerio, no tengo duda de que pronto veremos lechugas portuguesas o francesas, tratadas con este producto, en nuestros supermercados.

MF. ¿Qué soluciones están aplicando por el momento?

SR. Otros plaguicidas pero que no resultan tan efectivos como el que estamos solicitando. Esos sí se han autorizado de forma excepcional pero la reiteración en el uso está generando resistencias a estos productos. Las cosechas que están plantadas ahora no pueden esperar un cambio normativo que puede llegar dentro de 4 o 5 años porque

este problema lo vamos a seguir teniendo y seguiremos sin soluciones efectivas.

MF. ¿Qué les transmiten las diferentes organizaciones de productores y exportadores?

SR. Sobre todo, preocupación, porque no ven una perspectiva halagüeña respecto al uso de nuevos productos y esto repercute en los costes económicos, pérdida de rentabilidad y competitividad, ya que no pueden cumplir con los contratos firmados con sus clientes. Esta situación se la hemos trasladado al Ministerio ya que el sector no entiende que en otros seis países de la UE sí que tengan autorización para tratar el pulgón y en España no.

MF. ¿Esta situación puede tener repercusiones negativas en el mercado internacional incluso en las hortícolas y frutas no afectadas?

SR. Esperamos que no. Nuestros productores van a saber cómo resolver esa pérdida de productividad, pero parece que en el camino van a perder



Sara Rubira, junto a agricultores, durante su visita a los cultivos más afectados por el pulgón en el municipio de Lorca. / CARM



La consejera afirma que la solución para hacer frente a las plagas está en la ciencia y en reemplazar productos cuando se tengan soluciones efectivas, no antes. / CARM

“Las cosechas que están plantadas ahora no pueden esperar un cambio normativo que puede llegar dentro de 4 o 5 años porque este problema lo vamos a seguir teniendo y seguiremos sin soluciones efectivas”

“Nuestros productores van a saber cómo resolver esa pérdida de productividad causada por la plaga, pero parece que en el camino van a perder rentabilidad porque se les niegan soluciones que sí tienen los agricultores en Portugal o Francia”

rentabilidad porque se les niegan soluciones que sí tienen los agricultores en Portugal o Francia, por poner ejemplos cercanos. Entendemos que el control biológico es el camino, pero no puede ser el único. La Región de Murcia tiene más del 30% de las hectáreas de cultivo dedicadas a la agricultura ecológica, donde estas soluciones bio son utilizadas y conocemos bien los pros y los contras que tienen. El campo necesita alternativas y estabilidad, no limitaciones e incertidumbre.

MF. ¿Creen que el Ministerio va a reconsiderar su postura o no confían en que se pueda aplicar esta excepción?

SR. En concreto, respecto al producto que estamos hablando, es más que posible que no. Y, lo que es peor, no nos da argumentos y está dejando a nuestros

productores en clara desventaja frente a nuestros vecinos. Hablamos de cláusulas espejo con terceros países y ahora las estamos creando dentro de la Unión Europea. Esta no puede ser la solución.

MF. ¿Es el pulgón la mayor preocupación de la Consejería en este momento?

SR. Va por cultivos. En hortícolas sí, pero enseguida empezaremos en otros cultivos con plagas como son los trips, o las cochinillas sin olvidarnos de las moscas. El problema es que nuestros agricultores han perdido más del 60% de las soluciones químicas que tenían. ¿Alguien entiende que se eliminen más del 60% de los medicamentos que tenemos para combatir las enfermedades humanas? La solución no es prohibir sino establecer medidas para mitigar los riesgos.

MF. ¿Cuál es la propuesta actual de la Consejería, teniendo en cuenta todas las variables?

SR. Una diferente a la que se está adoptando en este momento. La solución está en la ciencia, en reemplazar productos cuando se tengan soluciones efectivas y no antes. La actual situación no nos lleva por el camino adecuado y la prueba está en las miles de hectáreas afectadas que hay en este momento.

Puede parecer una utopía pero las administraciones debemos estar coordinadas y escuchar las necesidades del sector. De nada sirve hacer un trabajo y enviar al Ministerio los informes necesarios para conseguir autorizaciones excepcionales necesarias para combatir las plagas en distintos cultivos si el Ministerio no atiende la petición que hace el sector y toma decisiones que los agricultores no entienden.

# Ahora *Z*ítrico se escribe con Z

**DECCO Zox**, tu nueva solución  
para el control del podrido.  
El complemento perfecto  
para prevenir y romper  
las resistencias.



**PRIMER Y ÚNICO FORMULADO**  
*DE AZOXYSTROBIN*  
**REGISTRADO EN EUROPA**  

---

**PARA LA POSTCOSECHA**  
**DE CÍTRICOS**

Descúbrelo en  
[deccopostharvest.com/es](http://deccopostharvest.com/es)

# La campaña del pimiento arranca con fuerza

Proexport espera una temporada “espectacular” y “excepcional en calidad” en la Región de Murcia

► PILAR BENITO, MURCIA.

La campaña del pimiento en la Región de Murcia ha arrancado con fuerza y antes de lo habitual: el 15 de marzo ya había producto murciano en los mercados, cuando suelen entrar en abril. Los productores asociados a la patronal agraria Proexport, que cada vez plantan antes, esperan que esta sea una temporada “espectacular”, aunque siempre mirando al cielo. La calidad ha sido “excepcional” en los primeros cortes y en cantidad se espera recuperar “algunos kilos”, frente a la bajada del año pasado.

La presidenta de la sectorial del pimiento de Proexport, Eva Pérez, explica a Murcia Fruits que, tras los problemas de la plaga del *thrips* del *parvispinus* en la vecina Almería, región competidora en producción, y que han adelantado el final de su producción, la Región de Murcia ha entrado de lleno en los mercados. “Hemos previsto esta campaña para garantizar el abastecimiento de nuestros clientes en los mercados internacionales y evitar tanto que se solape con la almeriense como que queden huecos entre una y otra campaña”.

Pérez califica de “excepcional” la calidad del producto cosechado en los primeros cortes porque “la planta está respondiendo muy bien” y ya se ven flores que permitan frutos de cortes futuros. “Las expectativas de producción y calidad son muy buenas a no ser que pase algo”. En ese punto recuerda Eva Pérez que el año pasado se produjo una merma en la cantidad de kilos cosechados (entre 2 a 5 kilos menos por metro, “que es muchísimo”) debido a las temperaturas que provocaron la caída de flores a mitad de campaña y por días nublados. “Este año esperamos recuperarlos”.

Por lo que se refiere a los precios, en ese principio de campaña están siendo más elevados, tanto por la retirada de Almería como por la también merma de producción de otro gran competidor: Holanda. “El año pasado ellos tuvieron mucha cantidad de producto, como no habíamos visto en años, lo que

nos mermó mucho a nosotros”. Y tampoco en Marruecos, otro país con el que la Región rivaliza en cuota de mercados, va bien la campaña por las condiciones climatológicas.

Por lo que se refiere a la respuesta de los mercados, de momento y por la disponibilidad limitada de producto, los precios “se sostienen”, y a partir de ahora tocaría, para que se mantengan, una entrada gradual de volúmenes, aportando “más equilibrio en el mercado, con una oferta regular y sin picos de sierra”. Eso sí, puntualiza Pérez, todo puede cambiar para la Región si entran lluvias o varios días nublados, lo que afectaría a la producción final.

La presidenta sectorial, al referirse a los problemas de las plagas, lamenta que aunque la Región pone todos los remedios posibles para frenar su aparición, cuentan con una desventaja respecto a otros países productores europeos en lo que se refiere al uso de productos

**La temporada del pimiento ha arrancado en la Región antes de lo habitual, y el 15 de marzo ya había producto murciano en los mercados, cuando suele entrar en el mes de abril**



Eva Pérez explica que los productores de pimiento de la Región de Murcia no son ajenos al alza de costes derivados de la crisis en Oriente Medio. / PROEXPORT

**Eva Pérez califica de “excepcional” la calidad del producto cosechado en los primeros cortes porque “la planta está respondiendo muy bien” y ya se ven flores que permitan frutos de cortes futuros**



En la Región de Murcia, las zonas productoras se concentran en el litoral del Campo de Cartagena, por sus temperaturas idóneas. / ARCHIVO

fitosanitarios. “Lo que está pasando con el pulgón, se extiende a otro tipo de enfermedades, como el thrips; no tiene explicación que en España no podamos utilizar productos de manera excepcional y ellos sí puedan; nos dejan sin armas para combatirlos”, subraya Eva Pérez.

No son ajenos los productores de pimiento de la Región de Murcia al alza de costes que está provocando la actual crisis en Oriente Medio. Un incremento que, hasta el momento, ha alcanzado el 12%, tanto por la subida del gasoil, como de los productos fitosanitarios entre otros.

## ■ LAS CAMPAÑAS EN DATOS

Según los últimos datos estadísticos que maneja la patronal murciana Proexport, la superficie total de pimiento en la Región de Murcia, en el ejercicio 2024, ascendió a 1.479 hectáreas, generando una producción total de 172.358 toneladas.

Por lo que se refiere a exportaciones de los productores a nivel nacional, las cifras recogidas, esta vez correspondientes a la temporada 2025, cifran los volúmenes en 742.929 toneladas, lo que supone un descenso del 8% con respecto a la campaña anterior, donde se alcanzaron las 804.126 toneladas.

En cuanto a las exportaciones de la Región de Murcia (en 2025), se situaron en segundo lugar con respecto a sus competidores, con 127.365 toneladas. El primer lugar lo ocupó Andalucía con un total de 505.269 toneladas. Las exportaciones regionales de pimiento, al igual que las exportaciones nacionales, descendieron un 6% respecto a la campaña del año 2024.

Los cinco primeros países de destino (dentro de la Unión Europea) de las exportaciones españolas son: Alemania (264.188 toneladas), Francia (101.457 toneladas), Países Bajos (68.983 toneladas), Italia (38.787 toneladas) y Polonia (32.853 toneladas).

En la Región de Murcia, las zonas productoras se concentran en el litoral del Campo de Cartagena, por sus temperaturas idóneas, y son casi media docena las empresas asociadas a Proexport. La mayoría del pimiento se cultiva en invernadero.

# agroseguro

Tu cosecha se merece la mejor protección  
Asegúrala a partir del 1 de marzo



Cítricos

Cosecha 2026

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO, DIRÍJASE A: • HELVETIA CASER • MAPFRE ESPAÑA CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS  
• AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • OCCIDENT  
• CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUTUA ARROCERA, MUTUA DE SEGUROS • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS  
• GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS • SANTA LUCÍA S.A. CÍA DE SEGUROS • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS  
• REALE SEGUROS GENERALES • AXA SEGUROS GENERALES • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A.





Parte del equipo de investigación en uno de los invernaderos de la sede del IMIDA en la Alberca. / PILAR BENITO

# IMIDA: La búsqueda incesante para adaptar la fruta de hueso al cambio climático

En los veinte años de investigación el equipo de Mejora Genética de Frutales del instituto murciano de investigación ha logrado 23 variedades nuevas

## ► PILAR BENITO. MURCIA.

El equipo de Mejora Genética de Frutales del Imida (Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental) lleva casi dos décadas trabajando en la búsqueda y mejora de nuevas variedades de fruta de hueso en la Región de Murcia, centrados en el melocotonero, cerezo, la recién incorporada pitaya (o fruta del dragón) y, en colaboración con el CEBAS-CSIC, en ciruelo japonés. Como relata para **Murcia Fruits** el responsable de este equipo, José Cos Terror, la investigación se centra en la adaptación de las variedades al cambio climático (con la presencia de menos frío), la calidad organoléptica y en la lucha genética contra las plagas que permita la reducción del uso de productos fitosanitarios.

En estos veinte años, los investigadores (el equipo está formado por nueve personas, seis investigadores y tres técnicos de campo y laboratorio) han evaluado 60.000 híbridos distintos, de los cuales unos 400 han pasado a la siguiente fase y de estos 23 se han convertido en las nuevas variedades que hoy están comercializadas en las series de las tipologías de melocotón: Mistral (platerinas), Siroco (paraguayos), Levante (melocotón amarillo o pavías), Poniente (melocotón blanco), Bora (nectarina) y Alisio (melocotón rojo), y dos variedades de ciruela Lucía y Victoria. Son necesarios entre diez y quince años para conseguir una nueva variedad apta para su entrada en la cadena productiva y de los mercados.

“Buscamos principalmente esa adaptación a la climatología, con menos acumulación de frío, y comprobar cómo se comportan



José Cos Terror, en una de las zonas de refrigeración del laboratorio de las nuevas variedades de fruta de hueso. Y más investigadores en el laboratorio con posibles nuevas variedades. / PILAR BENITO



**En estos veinte años, los investigadores han evaluado 60.000 híbridos distintos, de los cuales unos 400 han pasado a la siguiente fase y de estos, 23 se han convertido en las nuevas variedades comercializadas**

## Las 23 variedades registradas del IMIDA

Las nuevas variedades que hoy están comercializadas en las series de las tipologías de melocotón son platerina de la serie Mistral®, siete paraguayos Siroco®, seis melocotones amarillos Levante®, dos melocotones blancos Poniente®, dos nectarinas de carne marilla Bora® y cinco melocotones rojos Alisio®.

Dentro del programa de ciruela con el CEBAS-CSIC hay comercializadas dos variedades de Lucía y Victoria. ■

**Murcia es un laboratorio del cambio climático y lo que se obtiene aquí se puede vender a otros lugares donde también les afecte, según Cos**

“A este tipo de proyectos se le pone mucho corazón, se cree mucho en ellos y lo que también nos mueve es que el resultado se transfiera a la sociedad; es la mayor riqueza que generamos, que llegue al consumidor”.

Es la pitaya el producto de más reciente incorporación al campo murciano. Es un fruto tropical exótico, originario de América Central y México, con el que el Imida comenzó a trabajar hace ocho años, para lo que trajeron variedades de Sudamérica y Asia. “La principal queja de los productores es que les falta sabor, por lo que estamos centrando la investigación en lograr que sean más gustosas, más ‘mediterráneas’”, apunta José Cos.

Destaca la idoneidad de esta fruta porque crece en un cactus con poca necesidad de agua, es fácil de comer y tiene muchas propiedades nutritivas: alto contenido en fibra para mejorar la digestión, antioxidantes para el sistema inmunológico y bajo contenido calórico (aprox. 50-60 kilocalorías por 100 gramos).

### ■ CONEXIÓN TOTAL

La conexión entre el mundo de la investigación y el de la producción es total en la Región de Murcia, de hecho, “los productores son muy valientes y muchas veces van por delante de nosotros y nos ayudan a decidir en qué líneas nos metemos”, apunta Cos Terror.

El Instituto tiene parcelas de evaluación para plantar las variedades que han pasado las primeras selecciones en el laboratorio en cinco localidades, coincidiendo con las distintas altitudes: en el Campo de Cartagena (nivel del mar, para variedades más tempranas); Abarán, Calasparra (sobre todo para el ciruelo); Yéchar (Mula), donde hay una importante colección de melocotón denominado ‘REFpop’, que recoge la mayor diversidad genética de esta fruta de todo el mundo; y Jumilla, con el cerezo.

“Son distintos climas y alturas que nos permiten descartar las variedades seleccionadas que no funcionan bien en el campo”, señala el responsable del departamento. Apunta Cos que, en referencia al cambio climático, los márgenes de adaptación de las plantas son amplios pero “si vemos si una variedad que iba destinada a un lugar determinado ya no va bien allí”. Y concluye: “Lo bueno que tenemos es que Murcia es un laboratorio del cambio climático y lo que obtenemos aquí tal vez lo podamos vender a otros lugares donde también les afecte”.

A estas fincas invitan regularmente a los agricultores y productores, a quienes muestran las variedades que podrían ser comercializadas. “Son ellos los que nos dicen si pueden dar el salto al mercado”. A esta colaboración el equipo investigador la denomina “mejora participativa”, un esquema radial por el que hablan “con todos los eslabones de la cadena, desde los productores a las asociaciones, supermercados, cocineros... Queremos implicar los gustos de todos”.

en el campo las candidatas a ser variedades comerciales”, explica Cos Terror, quien subraya que todo va ligado “a la calidad” de la variedad final.

“Hemos conseguido una fruta magnífica”, comenta y destaca que la Región de Murcia es uno de los “puntos calientes” de mejora genética a nivel mundial, que cuenta también con otros programas de mejora como los de PSB y Bloom Fresh. Son sus principales competidores Estados Unidos, Francia, Italia, Sudamérica (Chile) y Sudáfrica, aunque “la más importante selección vegetal la hacemos aquí”.

Los criterios de selección genética en campo de los híbridos con los que se trabaja, debido a esta competencia, lleva a los investigadores a guiarse por una máxima: “Si dudas, arráncalo”.



Hay cien estaciones de monitoreo en el marco de las Agrupaciones para la gestión fitosanitaria sostenible en limón y pomelo. / PB

# El limón cumple con las previsiones de producción, alcanzando poco más de un millón de toneladas

Ailimpo sigue avanzando, en paralelo, en su proyecto Agefis para la gestión fitosanitaria sostenible, que ya cuenta con un centenar de estaciones y que incorporará este año datos climáticos y el desarrollo de una IA específica

## ► PILAR BENITO. MURCIA.

No hay novedades sustanciales en la campaña de limón en España 2025/2026 y la producción prevista inicialmente de 1.027.000 toneladas, se mantiene prácticamente como estaba previsto en el aforo inicial, lo que supone un descenso del 18% respecto a la campaña anterior en la que se alcanzaron 1,25 millones de toneladas. Estos son los datos que maneja la Interprofesional de Limón y Pomelo, Ailimpo, tal y como confirmaron a **Murcia Fruits**, destacando que este pasado mes de enero no se había hecho ningún aforo.

El 73,3% son limones de la variedad Fino, y el 22,1% de la Verna, y se sigue en la línea de “consolidar el liderazgo europeo en un contexto de menor producción y generar rentabilidad para todos los eslabones de la cadena”, apunta el director de la Interprofesional, José Antonio García.

Con estos datos, se constata que la producción de cítricos en su conjunto será la más baja en 16 años.

Y mientras la campaña sigue su curso sin altibajos, la interprofesional avanza en uno de sus proyectos estrella, el de detección precoz de enfermedades y plagas en el campo con el objetivo último de lograr una mejor calidad de la fruta y un mayor aprovechamiento comercial para el mercado en fresco.

De hecho, ya se cuenta con cien estaciones de monitoreo en el marco de las Agrupaciones para la gestión fitosanitaria sostenible en limón y pomelo (Agefis), alcanzado una extensión de 2.500 hectáreas. Esto supone alrededor de un 5% de la superficie total de limón y pomelo en producción, de unas 50.000 hectáreas.

De ellas, cuatro están ubicadas en Málaga, cinco en Almería, 68 en la Región de Murcia (61 de limonero y el resto de pomelo), y 23 en la Vega Baja alicantina. En ellas se hace un seguimiento

de las plagas y los valores a partir de los cuales se puede considerar que su aparición “es preocupante”.

Destaca el técnico de Ailimpo, Antonio Hernández, que este proyecto no sólo es aplicable en las fincas monitorizadas, sino que se puede beneficiar al área productiva total, ya que la aplicación creada al efecto está abierta a todo el mundo. Los técnicos introducen los datos actualizados sobre el estado sanitario de las fincas, con el resultado de la información directa recopilada en el campo y otros que se obtienen

en el laboratorio tras analizar las últimas muestras recogidas.

“Es una aplicación que se puede ver en el móvil y en una tablet, por ejemplo, con los mismos datos que aparecen en la web, muy sencilla, intuitiva y explicativa”, subraya Hernández.

## ■ LA CLIMATOLOGÍA Y LA IA, LOS SIGUIENTES PASOS

Una vez alcanzada esta cifra de fincas monitorizadas, el siguiente paso en el que ya trabaja la Interprofesional y que estará disponible a lo largo de este mismo año, es en introducir datos



Técnico de Ailimpo tomando muestras en fincas incluidas en el Proyecto Agefis. / AILIMPO

A lo largo de la campaña 2026-2027 se intentará hacer una previsión de la aparición de las plagas en función de las previsiones climáticas, generando modelos predictivos en base a las informaciones recogidas en cada estación en años anteriores utilizando IA

climatológicos en cada estación para correlacionar el clima con el desarrollo de las plagas.

“Se introducirá información sobre las temperaturas, días de lluvia, de viento y humedad entre otros datos”, relata el técnico, quien añade que incorporar las integrales térmicas también será muy importante a la hora de determinar el momento más adecuado para el tratamiento de la plaga del piojo rojo de California.

Una tercera fase del proyecto, a desarrollar a lo largo de la campaña 2026-2027, es intentar hacer una previsión de la aparición de las plagas en función de las previsiones climáticas. “Se trata de generar modelos predictivos en base a las informaciones recogidas en cada estación en años anteriores utilizando la Inteligencia Artificial (IA) guiada por la inteligencia humana”, concluye Antonio Hernández.

# INFIA®

Envase de referencia para frutas y hortalizas

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

Infia Ibérica CENTRAL  
Polígono S.P.I. 2, Parcela 3  
Tel. 961 465 227  
infia@infia.es  
46530 PUZOL - Valencia

Infia Ibérica HUELVA  
Pol. Ind. San Jorge,  
Parcelas 113-119  
Tel. 959 350 030  
infia@infia.es  
21810 PALOS DE  
LA FRONTERA  
- Huelva

Infia Ibérica ALMERÍA  
Pol. La Redonda -  
Calle Bremen nº 4  
Tel. 950 581 330  
infia@infia.es  
04700 EL EJIDO -Almería



El descenso de las temperaturas en las últimas semanas ha favorecido el calibre de la fruta, en una campaña sin heladas y con buenas reservas hídricas tras las lluvias de invierno. / OFICINA DE TURISMO DE CIEZA

JOAQUÍN GÓMEZ / Presidente ejecutivo de Apoexpa

# “Empezamos la campaña con bastante optimismo, pese a todo”

Joaquín Gómez es el presidente ejecutivo de Apoexpa (Asociación de Productores-Exportadores de Frutas, Uva de Mesa y Otros Productos Agrarios) desde junio de 2010. Lleva más de 15 años al frente de la asociación, representando al sector exportador y en los primeros días de inicio de la campaña estrella de la asociación, la de fruta de hueso, la afronta con “bastante optimismo”, pese a las crisis bélicas. Una cosecha que es “normal”, como se había previsto, salvo en algunas parcelas puntuales de melocotón y paraguayo. Hablar de los precios del mercado, sin embargo, es “más complicado” porque entran en juego muchos factores, como el transporte (y la subida del precio del combustible) y el coste de los fertilizantes, muy afectados por los conflictos actuales.

► PILAR BENITO. MURCIA.

**Murcia Fruits.** Se han cumplido las expectativas y estamos ante una campaña que, según sus palabras, empieza “bien”.

**Joaquín Gómez.** Efectivamente, porque estas últimas semanas ha habido días más frescos, que han ralentizado el crecimiento de la fruta en el árbol lo que mejora la cosecha, con un mejor calibre, y nos hemos librado de las heladas. En invierno ha llovido bastante, lo que nos da garantía de agua para todo el año y permite que el árbol esté sano. Además, en la Región mantenemos la primera posición de salida a los mercados y empezamos bien, a buen ritmo.

**MF.** ¿Satisfechos también con la calidad de la fruta y con los precios?

**JG.** La subida del gasóleo, de los fertilizantes y la guerra afecta mucho a los costes, con lo que resulta más difícil ser rentable. Pero la calidad es buena y venimos de un año, el 2025, muy bueno también en fruta de hueso y las estadísticas de precios de comienzo de campaña no son malas. Ahora, lo que hace falta, porque es fundamental, es que el tiempo sea también bueno en los mercados de destino para que el consumo se anime. Esta fruta es sinónimo de verano. En definitiva, que esperemos lidiar el toro, con suerte.

**MF.** Y hablando de mercados, ¿dónde se mantiene el sector y dónde le gustaría estar también, porque es un hecho que por el tema de la guerra Oriente Medio está en ‘stand by’ ahora mismo?

**JG.** El mercado sigue siendo el tradicional, que es Europa, y aquí incluimos también al Reino Unido, que sigue siendo

fundamental para las frutas de Murcia y el resto de España. Por lo que respecta a la búsqueda de nuevos destinos, ahora mismo lo tenemos muy difícil. El transporte y las rutas marítimas están muy complicadas, no ya por precio con una subida brutal del coste de los contenedores, sino también por tiempos ya que este es un producto muy perecedero. Por ejemplo, la fruta puede aguantar bien 20 días, pero no treinta en los contenedores, por lo que estas puertas ahora mismo están más bien cerradas que entreabiertas. Sólo hacemos pequeñas cosas en otros mercados, sobre todo por avión, que no son muy significativas.

**MF.** Sin embargo, acaban ustedes de venir de participar en la feria Fruit Attraction de Brasil, y algo tendrá que ver el recientemente firmado acuerdo de asociación entre la Unión Europea (UE) y el Mercosur, que abre una zona de libre comercio de 720 millones de personas.

**JG.** Efectivamente, Brasil es un mercado importante para la hortofruticultura española desde hace muchos años, sobre todo en el tema de la ciruela, pero esto es más interesante para Extremadura que es el gran productor. Para nosotros se está abriendo una ventana de oportunidad hacia la nectarina y puede interesar porque la aduana, en poco tiempo, será 0. Pero siempre será en cantidades pequeñas y no será un mercado alternativo a Europa. Nosotros siempre decimos que le disparamos a lo que sea y si se van tres contenedores para un sitio, hay menos presión para el mercado europeo, por lógica. También aprovechamos la ventana del



Joaquín Gómez confirma una cosecha “normal”, de “buena calidad” y con una estadística de precios “que no malas”. / ARCHIVO

**El sector de fruta de hueso de la Región de Murcia se está labrando su futuro gracias a la precocidad y a su carácter pionero en la renovación varietal, según Joaquín Gómez, presidente de Apoexpa**

calendario, de llegar allí, como por ejemplo también a Sudáfrica, en un momento en el que ellos no tienen producción.

**MF.** Aparte de aprovechar esas pequeñas oportunidades que da el calendario, ¿qué otras

‘armas’ tiene el sector murciano para hacer frente a sus competidores, tanto nacionales como extranjeros?

**JG.** Nosotros tenemos dos ventajas principales, el clima es el primero, porque vamos muy

pronto a los mercados: desde mediados de abril hasta el 15 de junio prácticamente estamos solos. La segunda, y también muy importante, es que desde hace unos años hay una renovación varietal que ofrece producto mucho más de acuerdo con el gusto del consumidor. Si hace 15 años la fruta de mayo sabía a poco, ahora ya las hay con un sabor igual a la de junio. Así nos labramos el futuro tanto por la precocidad como por ser una adelantada en la renovación varietal.

**MF.** Hablemos de relevo generacional y mano de obra en el campo. ¿Son los dos grandes problemas del campo en la actualidad? ¿Se puede ver la luz al final del túnel?

**JG.** Efectivamente, es un gran problema, pero lo primero que debemos subrayar es que no hay jóvenes que quieran venir a trabajar al campo, a los que podemos dar el relevo en las producciones. La pirámide de población, en cuanto a la cantidad de hijos que actualmente se tiene, también lo dificulta.

El segundo tema es que el campo es atractivo si tienes vocación; si no la tienes, es muy difícil entrar en un negocio donde la incertidumbre (por el clima, por los mercados, etc.) es tan grande. Pese a todo creo que se pueden buscar fórmulas, como hacer más extensas las fincas que eviten que muchas desaparezcan. Es decir, menos gente para campos más grandes, que nada tiene que ver con que sean multinacionales. Para mí es el problema más complejo que ahora tiene el campo, junto con la escasa mano de obra. En este último caso no veo solución a medio plazo.

SANTIAGO MARTÍNEZ / Presidente de Fecoam

# “La campaña en la Región se está desarrollando bien y la situación comercial está normalizada”

Santiago Martínez Gabaldón asumió la presidencia de la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam) en octubre de 2002, y continúa al frente de la organización, que en 2026 cumple 41 años. Martínez se muestra optimista ante el arranque de la campaña de fruta y asegura que, en hortalizas, la comercialización se mantiene estable, pese a la incidencia del pulgón.

► PILAR BENITO. MURCIA.

**Murcia Fruits.** Fecoam agrupa a 72 entidades de la Región de Murcia, detrás de las cuales hay más de 22.000 agricultores y ganaderos, y genera más de 45.000 puestos de trabajo. Nos encontramos en plena campaña de hortalizas y en los inicios de la de fruta de hueso. ¿Cómo se está desarrollando la primera y qué se espera de la segunda?

**Santiago Martínez.** Este pasado mes de marzo hemos estado en plena campaña de hortalizas y algunas variedades de limón y ya entramos con la fruta extratemprana. Respecto a esta última, la floración ha ido muy bien, salvo en algunas variedades de albaricoque que han tirado la flor. Con respecto a los mercados, la participación en Fruit Logística nos ha permitido tantear la situación y la tónica general entre los clientes era la incertidumbre de saber si podremos servir los productos en las cantidades que ellos quieren. Y no hay problema en hacerlo, ni en cantidad ni en calidad, por lo que por esa parte estamos tranquilos. Por lo demás, esperamos que el clima siga respetándonos.

**MF.** ¿De qué cantidades estamos hablando?

**SM.** La cosecha será normal: en la Región saldrán 280-300 millones de kilos de fruta de hueso, un 30% de la producción total española.

**MF.** ¿Y la de hortalizas?

**SM.** Aquí seguimos teniendo el problema de la plaga del pulgón que ya ha afectado la producción de más de 6.000 hectáreas, y siguen labrándose parcelas para atajarla, sobre todo de lechuga, donde ya se han perdido entre un 25 y un 30%. El problema es que, como hemos denunciado, el Ministerio sigue negándose a autorizar el uso del producto, de manera transitoria, que puede acabar con la enfermedad. No lo entendemos, pues la situación es complicadísima; estamos bastante disgustados con el Ministerio. ¡Hasta en Portugal lo utilizan y en otros seis países más!

Pero salvo por este problema, la campaña se está desarrollando bien en los mercados y grandes superficies y la situación comercial está normalizada.

**MF.** Por lo que comenta las cooperativas tienen controlados los mercados, los tradicionales. Pero, ¿hacia qué otros están dirigiendo la mirada?

**SM.** En el capítulo de búsqueda de nuevos nichos de mercado no se para nunca. No se puede tener todos ‘los huevos en la misma cesta’, si se me permite la expresión, porque en cualquier momento, por cualquier situación, te quedas



Santiago Martínez subraya que, pese al pulgón, la comercialización de hortalizas se mantiene “normalizada”. / FECOAM

fuera y con la producción sin vender. De ahí que debemos tener un abanico de opciones que incluyan grandes superficies, supermercados, etc. Incluso ya algunas cooperativas están haciendo una red de distribución

nacional, con sus propios vehículos o alquilados, para poder atender hasta a la tienda de la esquina, de pueblos a los que de otra manera no les llegarían los productos. Sobre todo se hace en fruta de hueso.

**MF.** Esto respecto al comercio nacional, pero ¿qué pasa con la exportación? ¿Hay alguna zona o países a los que no se ha logrado llegar como gustaría?

**SM.** Un mercado, que podemos considerar como objetivo

“La cosecha será normal: en la Región saldrán 280-300 millones de kilos de fruta de hueso”

pendiente, y en el que estábamos trabajando, era precisamente el de Oriente Medio. Ahora, por la situación política y bélica, hay que descartarlo totalmente. El resto de Europa está totalmente controlada, la tenemos en el bolsillo, porque llevamos cuarenta años relacionándonos con los clientes.

**MF.** Pero esta guerra, aparte de cerrar posibles nuevos mercados, ¿de qué otra manera está afectando a las cooperativas?

**SM.** Afecta muchísimo, sobre todo en los costes, porque, por ejemplo, está encareciendo bastante el transporte. Pero no sólo aquí, también en las parcelas de producción porque la maquinaria utiliza gasoil; en la mano de obra, ya que hay que pagar más por el desplazamiento de los trabajadores... Lo que no entendemos es el efecto ‘cohetes’ de subida de los precios del petróleo y sus derivados, pese a que estaban comprados antes del conflicto, y luego el efecto ‘pluma’ para bajarlos una vez que el conflicto acaba. Y la duda es de si luego esas subidas se van a poder repercutir en el consumidor final, si la cesta de la compra va a poder asumirlo. Este es el principal problema, y a la vez incertidumbre, que tenemos de cara a esta campaña de la fruta.

**MF.** ¿Qué herramientas tienen las cooperativas para paliar estas consecuencias?

**SM.** Siempre intentamos ‘tirar para adelante’, porque no puedes desabastecer a un cliente porque el gasóleo cueste más caro. Se intenta repercutirlo lo menos posible en los precios, jugando con las bazas que tenemos y agudizando el ingenio.

## ORISHA

Agrifood

Más control, más productividad, mejores resultados.

# Impulsando la digitalización del sector agroalimentario

Microsoft AI  
Business Solutions

Soluciones  
Cloud

Software  
sectorial

Plataforma en la nube con IA integrada para una gestión más inteligente y eficiente.

¿HABLAMOS?

agrifood.orisha.com

900 909 619

MANUEL RUIZ / Presidente de la IGP Melocotón de Cieza

# “Podríamos estar ante una de las mejores campañas de los últimos años”

*La IGP melocotón de Cieza atraviesa una nueva etapa marcada por la ampliación varietal, la adaptación al cambio climático y el refuerzo de su posicionamiento en el mercado nacional. Esta IGP avanza en su consolidación con el objetivo de ampliar su calendario comercial y aumentar el volumen de producto certificado. Su presidente, Manuel Ruiz, analiza los retos y oportunidades de un sector en evolución.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Murcia Fruits. La IGP lleva años consolidada, pero ¿en qué punto real diría que se encuentra hoy la IGP Melocotón de Cieza y qué ha cambiado en los últimos años?

**Manuel Ruiz.** En estos momentos, la IGP atraviesa una de sus mejores etapas. La incorporación de tres nuevas variedades nos ha permitido ampliar el calendario de comercialización, manteniendo en todo momento los estándares de calidad y las condiciones que caracterizan a nuestro producto.

**MF.** Ha mencionado la incorporación de nuevas variedades. ¿A qué responde esta decisión y qué aportan a la IGP?

**MR.** La IGP Melocotón de Cieza se constituyó inicialmente con dos variedades, Baby Gold 6 y Romea. Sin embargo, en los últimos años, las condiciones climáticas —especialmente la reducción de horas frío— han afectado a su comportamiento agronómico y a su regularidad productiva.

Ante esta situación, se optó por incorporar tres nuevas variedades de melocotón amarillo con características organolépticas similares —en términos de sabor, color, firmeza y calibre—, que además permiten cubrir las mismas ventanas de producción.

Gracias a esta ampliación varietal, que eleva a cinco el número total de variedades, hemos logrado extender la presencia del producto en el mercado, manteniendo los estándares de calidad que definen a la IGP.

**MF.** ¿Cuáles son estas tres nuevas variedades?

**MR.** Las nuevas incorporaciones son Levante 45, Grocivac-1 y Manolito. Se trata de variedades que se integran en el calendario de producción de forma escalonada, permitiendo ampliar y ordenar la oferta.

La recolección comienza con Levante 45 a principios de junio, seguida de Romea. A continuación, entra Grocivac-1 a comienzos de julio, mientras que Baby Gold 6 se sitúa entre mediados y finales de ese mes. Finalmente, Manolito, que destaca por su firmeza, su buen sabor y su capacidad de permanencia en el árbol, permite cerrar la campaña durante el mes de agosto.

Además, el amplio término municipal de Cieza y la diversidad de microclimas favorecen un escalonamiento natural de la recolección, lo que permite adelantar o retrasar ligeramente las fechas según la zona.

En conjunto, esta combinación varietal y territorial permite que la IGP Melocotón de Cieza esté presente en el mercado desde junio hasta principios de septiembre.

**MF.** ¿Cómo ha sido la respuesta de los clientes tras los primeros

test comerciales realizados con estas tres nuevas variedades?

**MR.** La respuesta del mercado ha sido positiva. Estas variedades ya se venían cultivando en Cieza desde hace unos años, lo que ha permitido evaluar su comportamiento tanto en campo como en su comercialización.

A partir de esa experiencia, y tras los estudios realizados, se constató una buena aceptación por parte del consumidor, lo que llevó a su incorporación dentro de la IGP Melocotón de Cieza.

Se trata, por tanto, de variedades ya probadas y validadas en el mercado, que ofrecen garantías tanto a nivel productivo como comercial.

**MF.** ¿Podrían desbancar a las dos variedades tradicionales o se mantendrán?

**MR.** No se plantea un escenario de sustitución, sino de complementariedad. Las variedades están diseñadas para encajar en un calendario escalonado, sin solapamientos significativos, lo que permite mantener una oferta continua a lo largo de la campaña.

Además, variedades tradicionales como Baby Gold 6 cuentan con un fuerte arraigo entre los consumidores, especialmente entre aquellos que identifican y valoran el melocotón de la IGP Melocotón de Cieza.

En este sentido, todas las variedades están llamadas a convivir, cada una en su momento óptimo de recolección, contribuyendo conjuntamente a reforzar la presencia del producto en el mercado.

**MF.** ¿Cómo están afectando ya los cambios climáticos a la calidad y al modelo productivo en Cieza?

**MR.** El principal impacto que estamos observando está relacionado con la reducción de horas frío, que resulta clave para el correcto desarrollo de los frutales. En cultivos como el albaricoque, por ejemplo, esta situación ya se traduce en una menor producción en las variedades tardías.

En el caso del melocotón, el efecto es similar, especialmente en las variedades más tradicionales, como Romea o Baby Gold 6, que presentan mayores dificultades de adaptación a estas nuevas condiciones. Aunque no siempre se produce una merma significativa de la producción, sí se aprecia una pérdida de uniformidad en la fruta, con calibres y formas menos regulares.

Por el contrario, las variedades más recientes, como las incorporadas a la IGP Melocotón de Cieza, muestran una mejor adaptación, lo que refuerza la necesidad de avanzar en la renovación varietal como respuesta a este nuevo escenario climático.

**MF.** ¿Qué previsión manejan para 2026 y qué porcentaje de la producción de Cieza se comercializará bajo la IGP?

**MR.** En estos momentos, aún se están realizando los aforos, por lo que es pronto para concretar el volumen total de producción, especialmente teniendo en cuenta la reciente incorporación de las nuevas variedades.

En cualquier caso, conviene recordar que no todo el producto puede comercializarse bajo la IGP Melocotón de Cieza, ya que sólo se certifica aquel que cumple estrictamente con los parámetros de calidad establecidos, tanto en términos de contenido en azúcares (grados Brix), acidez —medida, entre otros, por el ácido málico— y calibre.

En campañas anteriores, el porcentaje de producto certificado se ha situado en torno al 30% de las variedades amparadas. De cara a este ejercicio, y pese a la falta de referencias con el nuevo escenario varietal, se estima que podría alcanzarse aproximadamente el 50% en este primer año.

A medio plazo, el objetivo es avanzar progresivamente hacia una mayor proporción de producto certificado, en línea con el potencial productivo y cualitativo de las variedades actualmente incluidas.



Manuel Ruiz confiesa sentirse muy optimista de cara a la presente campaña. / IGPMC

**MF.** ¿Se está pagando realmente la calidad que certifica la IGP o sigue habiendo una brecha entre valor y precio?

**MR.** Se empieza a reconocer esa calidad, aunque todavía existe margen de mejora. En los últimos años, especialmente a raíz de la pandemia, se ha producido un cambio en los hábitos de consumo, con una mayor predisposición hacia productos de calidad.

En este contexto, el consumidor está cada vez más dispuesto a pagar un diferencial por un producto que le ofrece garantías, aunque esa retribución aún no alcanza el nivel deseable para el sector.

No obstante, se trata de un proceso progresivo.

**MF.** ¿Qué estrategia de promoción están desarrollando de cara a esta campaña?

**MR.** La estrategia se centra principalmente en el ámbito digital, con una presencia activa en redes sociales, que se han convertido en una herramienta clave para llegar al consumidor.

De forma complementaria, se desarrollan acciones de proximidad, como actos de presentación en la Región de Murcia, así como campañas en televisión regional, en canales como La 7. A ello se suman iniciativas de visibilidad a nivel nacional, como la rotulación de vehículos que recorren distintos puntos de España.

En cualquier caso, se trata de una estrategia que se está construyendo de manera progresiva, adaptada a los recursos disponibles, con el objetivo de reforzar el posicionamiento de la IGP Melocotón de Cieza y aumentar su reconocimiento entre los consumidores.

**MF.** Si mañana desapareciera la IGP, ¿qué consecuencias tendría para el sector en Cieza? ¿Qué papel juega actualmente en una producción tan arraigada como el melocotón?

**MR.** La IGP Melocotón de Cieza desempeña un papel fundamental como generador de valor añadido y como elemento vertebrador del sector. Su desaparición supondría, previsiblemente,

una pérdida de diferenciación en el mercado y una merma en la capacidad de valorización del producto.

Además, la IGP actúa como motor de innovación, impulsando la investigación y la introducción de nuevas variedades de melocotón amarillo adaptadas a las actuales condiciones de cultivo y a las demandas del mercado.

Cabe recordar que, durante años, el melocotón amarillo llegó a perder peso en la zona debido a su baja rentabilidad, con una parte importante de la producción destinada a industria. Sin embargo, el desarrollo de la IGP y la apuesta por nuevas variedades han contribuido a revertir esta tendencia, favoreciendo una recuperación progresiva del cultivo en Cieza.

En este sentido, el efecto tractor de la IGP va más allá del producto certificado, ya que impulsa el conjunto del sector, fomentando nuevas plantaciones, dinamizando la investigación y reforzando el posicionamiento del melocotón amarillo tanto a nivel económico como de reconocimiento en el mercado.

**MF.** ¿Se muestra optimista de cara a esta campaña?

**MR.** Sí, claramente. Este año se han dado unas condiciones climáticas muy favorables, con un invierno que ha permitido acumular suficientes horas frío y una primavera estable, sin grandes oscilaciones térmicas.

Esto ha favorecido un buen comportamiento de todas las variedades, incluidas aquellas más sensibles a la falta de frío en campañas anteriores. En campo, la evolución es muy positiva: la arboleda presenta un excelente estado y la fruta está desarrollando buen calibre y calidad.

Si no se producen incidencias en las próximas semanas, todo apunta a que podríamos estar ante una de las mejores campañas de los últimos años.

Las primeras recolecciones de melocotón amparado por la IGP Melocotón de Cieza están previstas para comienzos de junio.



Uno de los camiones rotulados con la imagen promocional de la IGP ciezana. / IGPMC

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La obtención y desarrollo de un nuevo producto bioestimulante a partir de extractos de algas de cepas autóctonas del Mar Menor y de La Albufera en la Comunidad Valenciana para su uso en cultivos hortícolas y de cítricos es el objetivo principal del Grupo Operativo Linomar, proyecto de innovación e investigación impulsado por la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam).

Este grupo de investigación, en el que forman parte además de la federación, las cooperativas Anecoop y Coagacart, investigadores Centro de Edafología y Biología Aplicada del Segura, dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CEBAS-CSIC), la Universidad de Murcia (UMU), y las empresas Think Tank InnoTech y Atlántica Agrícola, desarrolla sus trabajos desde el año 2024, alcanzando en la actualidad unos resultados altamente positivos. Como indican desde el grupo investigador de CEBAS-CSIC, “los trabajos hasta la fecha en parcelas de lechuga y melón nos dan buenas perspectivas de cara al futuro”, a la hora de “reducir la cantidad de nitratos en el campo”.

## ■ INNOVACIÓN A PARTIR DE MICROALGAS

La Universidad de Murcia actúa como experto en el cultivo de las microalgas. Marina Aboal, catedrática de Botánica de la Facultad de Biología de la UMU, explica que “se han realizado prospecciones a lo largo de ambas lagunas”, tanto del Mar Menor como en La Albufera, en varios periodos del año, “para recolectar y aclimatar diversas especies de algas de diferentes grupos taxonómicos, desde cianobacterias hasta diatomeas, rodofíceas o clorofíceas”, todo con el objetivo final de mantener su crecimiento en cultivos de hasta 500L en sistemas al aire libre o de hasta 150L en biorreactores cilíndricos en interior.

La biomasa obtenida, detalla Aboal, previa deshidratación, “fue incorporada a diferentes formulaciones de bioestimulantes, por su alta concentración de compuestos de interés”. El crecimiento de estos organismos además “tiene un gran poder biorremediador, al consumir los nutrientes que eutrofizan ambas lagunas”, remarca la catedrática.

## ■ CULTIVOS MÁS EFICIENTES

Desde Linomar destacan que se ha conseguido reducir el uso de fertilizantes nitrogenados para la producción de cultivos en hasta un 30 por ciento, “sin afectar ni la producción ni la calidad del cultivo”. Algo que es solo el

# Microalgas del Mar Menor y La Albufera, la clave para bioestimulantes agrícolas sostenibles

El proyecto Linomar demuestra que es posible reducir al menos un 30% el aporte de nitrógeno en explotaciones manteniendo la productividad y mejorando la calidad



Los últimos ensayos han estado centrados en parcelas donde se produce melón tipo Cantalupo. / FECOAM

Los resultados obtenidos en las diferentes parcelas demuestran un impacto positivo, con un mayor peso medio del fruto, con Brix y dureza apta para su comercialización, y en algunos casos, mayores valores de actividad antioxidante y vitamina C total

primer paso de cara a “alcanzar la eliminación en su totalidad”. Los resultados en las diferentes parcelas demuestran un impacto positivo en tanto en cuanto ha permitido un mayor peso medio del fruto, con Brix y dureza apta para su comercialización, y en algunos casos, mayores valores de actividad antioxidante y vitamina C total, aportando un valor nutricional al producto final.

Utilizando parcelas de cultivos del Campo de Cartagena y de Valencia como campos de pruebas, se ha conseguido esa reducción del aporte de nitratos

en la naturaleza por acción de depuración de las microalgas, combinado con el uso de los bioestimulantes que reducen el aporte de nitratos en las parcelas agrícolas. Estas acciones contribuyen además a reducir la emisión de gases de efecto invernadero.

Los últimos ensayos han estado centrados en parcelas donde se produce melón tipo Cantalupo. El sistema de trabajo consistió en un control con el 100 por ciento de la fertilización nitrogenada recomendada, y cuatro grupos adicionales, los cuales recibieron únicamente el 70 por ciento de la

dosis de nitrógeno, compensando esta reducción con la aplicación de diferentes formulados basados en extractos de microalgas desarrollados por otro de los colaboradores, Atlántica Agrícola.

En definitiva, para los investigadores de CEBAS-CSIC, los resultados obtenidos “nos confirman que vamos en la dirección correcta”.

## ■ TELEDETECCIÓN AGRÍCOLA

Otro de los colaboradores del grupo operativo, la empresa Think Tank InnoTech, se encarga de desarrollar estudios de teledetección agrícola sobre parcelas reales de productores. Como detalla Pedro Hernández, CTO de Think Tank InnoTech y responsable del desarrollo de los mismos, “hemos tomado imágenes multispectrales que captura el satélite Sentinel-2 de la Agencia Espacial Europea, que pasa cada cinco días por la

misma parcela, y hemos aplicado cinco índices espectrales distintos”, que miden desde el vigor fotosintético, el contenido de agua en las hojas, o uno que corrige la influencia del suelo cuando el cultivo aún no ha cerrado copa”, y así sucesivamente.

Al cruzar los cinco índices entre sí, y correlacionarlos con los datos meteorológicos de la estación AEMET más cercana, “obtenemos un diagnóstico integral del estado del cultivo que sería imposible conseguir con una simple visita al campo”.

En opinión de Hernández, “el satélite detecta problemas en el campo que el ojo del agricultor no puede ver hasta que ya es tarde”, como pueden ser la distribución de agua de riego, o el estrés hídrico. A su juicio, dentro de Linomar, “la teledetección es el elemento que conecta todo el sistema con datos objetivos”.

Dentro del proyecto “hemos desarrollado dos herramientas de apoyo a la decisión”, donde la primera optimiza los parámetros de los raceways donde se cultivan las microalgas para maximizar la producción de biomasa y la desnitrificación del agua. Y la segunda, que es donde se integran los datos de teledetección, calcula las dosis óptimas de bioestimulantes que los agricultores deben aplicar a sus cultivos cruzando los datos satelitales con los datos de las sondas de campo.

Por ello, la iniciativa Linomar “es un proyecto integrado que trabaja en toda la cadena, desde la producción de microalgas a partir de aguas residuales agrícolas hasta la aplicación de bioestimulantes derivados de esas microalgas sobre los cultivos”. Los estudios de teledetección hasta la fecha “sirven de base de datos sobre la que se construyen las recomendaciones”, ya que “sin conocer el estado real y detallado de cada parcela, no se puede calcular cuánto bioestimulante necesita ni cuándo aplicarlo”.

En definitiva, “la teledetección satelital aplicada a la agricultura permite al productor tomar decisiones basadas en datos objetivos, reducir costes de gestión y mejorar el rendimiento de sus cosechas”, por lo que esta tecnología “puede convertirse en una herramienta cotidiana para el agricultor”.

El proyecto Grupo Operativo Linomar está cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) de la Unión Europea en un 80 por ciento, en el marco del Plan Estratégico de la PAC-Feader 2023-2027. La iniciativa, con una duración aproximada de dos años, se desarrolla desde junio de 2024 hasta mayo de 2026 con un coste total de 595.173,56 euros.

GRUPO OPERATIVO  
**LINOMAR**  
www.golinomar.es

Obtención y desarrollo de un nuevo producto bioestimulante a partir de extractos de algas de cepas autóctonas del Mar Menor y de La Albufera para su uso en cultivos hortícolas y de cítricos

El proyecto GO LINOMAR está cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) de la Unión Europea en un 80%, en el marco del Plan Estratégico de la PAC-Feader 2023-2027. La iniciativa, con una duración aproximada de 2 años, se desarrolla desde junio de 2024 hasta mayo de 2026 con un coste total de 595.173,56 €.



Escanea este código QR y accede a toda la información



# Las variedades de ITUM confirman su proyección y consolidan su avance en los mercados internacionales

Coolgrape (Itumfive) alcanza su mejor campaña productiva mientras Rose Caramel (Itumfifteen) se afianza en distintos orígenes

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El ITUM, Investigación y Tecnología de Uva de Mesa, SL continúa ampliando su presencia y reforzando el valor de su programa varietal con resultados que avalan tanto el rendimiento agronómico como la respuesta comercial de sus materiales. Esta pasada campaña Coolgrape (Itumfive) ha alcanzado máximos históricos de producción en la Región de Murcia, mientras que Rose Caramel (Itumfifteen) ha iniciado su primera cosecha comercial en Perú con parámetros que confirman su adaptación y su interés para los programas tempranos de exportación.

## ■ CIFRAS RÉCORD PARA COOLGRAPE

La campaña de Coolgrape ha sido especialmente relevante para el sector murciano, ya que la variedad ha logrado cifras récord de producción y se ha consolidado como una opción sólida dentro de la uva de mesa moderna. Desde ITUM se valora este resultado como la consecuencia directa de años de investigación, mejora genética y trabajo conjunto con productores que apuestan por materiales capaces de responder a las exigencias actuales del mercado.

Las valoraciones una vez finalizada la campaña han sido muy positivas, pues Coolgrape ha mostrado un comportamiento agronómico muy estable, con rendimientos elevados por hectárea, una uniformidad destacada en calibre y color, y una



Coolgrape (Itumfive). / ITUM



Rose Caramel (Itumfifteen). / ITUM

productividad constante que ha permitido optimizar recursos y mejorar la rentabilidad de las explotaciones. “Su resistencia y adaptación a las condiciones climáticas de la Región de Murcia han sido determinantes para alcanzar estos resultados, ofreciendo a los agricultores una herramienta fiable en un contexto marcado por la necesidad de eficiencia y sostenibilidad”, explican desde el ITUM.

A nivel comercial, la variedad se ajusta a las tendencias que hoy marcan la demanda: uvas sin semillas de alta calidad, una experiencia de consumo cuidada,

regularidad en el suministro y modelos productivos más sostenibles. Su sabor equilibrado, textura crujiente y atractivo visual la sitúan como una opción muy valorada por distribuidores y consumidores, reforzando su papel dentro de los programas de uva premium.

“El avance de Coolgrape es también fruto del modelo de trabajo impulsado por ITUM, basado en la transferencia de conocimiento, el seguimiento técnico y el asesoramiento continuo”, afirman desde el ITUM, ya que ese enfoque ha permitido maximizar el potencial de la variedad

en el entorno murciano y ofrecer a los productores herramientas para afrontar retos como el cambio climático, la gestión del agua o la creciente competencia internacional.

## ■ ROSE CARAMEL EN PERÚ

Si bien Coolgrape destaca por haber alcanzado un máximo productivo nunca visto hasta el momento de la variedad en la Región, Rose Caramel (Itumfifteen) protagoniza la proyección global del programa varietal de ITUM, pues esta variedad ha dado un nuevo paso con el inicio de su primera cosecha comercial en Perú.

La recolección, realizada en el valle de Ica por PAFER Fruit, marca el debut productivo de la variedad en el país y confirma su potencial como alternativa temprana para los programas de exportación hacia Estados Unidos.

La cosecha comenzó a finales de 2025, situando a Rose Caramel en una ventana temprana que resulta estratégica para los operadores peruanos. Desde su entrada en producción, la producción ha mostrado una alta eficiencia, con una excelente carga por planta y calibres comerciales que se sitúan entre los 22 y los 25 mm. “Los racimos presentan una uniformidad muy apreciada en destino, con bayas bien conformadas y un color rosado homogéneo que refuerza su atractivo visual”, explican desde el ITUM.

Además, también subrayan que “uno de los aspectos más destacados de esta primera experiencia ha sido su comportamiento sanitario. Durante la campaña no se realizaron aplicaciones para el control de oídio, lo que confirma en campo la resistencia natural de la variedad. Este atributo reduce costes de producción y aporta ventajas en sostenibilidad y manejo, factores cada vez más valorados por la cadena comercial y por los mercados de exportación”.

En el plano organoléptico, Rose Caramel ofrece un sabor moscatel intenso que la diferencia dentro de la categoría de uvas sin semilla y la posiciona como una opción atractiva para consumidores que buscan perfiles aromáticos definidos.

Los resultados obtenidos en esta primera campaña comercial en Ica consolidan el interés por su desarrollo futuro en el país y confirman su potencial dentro de los programas tempranos dirigidos a mercados exigentes como el estadounidense. Con ello, ITUM continúa ampliando su presencia internacional y fortaleciendo un portafolio varietal que ya muestra su capacidad para adaptarse y destacar en diferentes condiciones agroclimáticas.

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia se consolida como la segunda provincia más exportadora de productos agroalimentarios de España.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, destacó este dato durante la celebración de la 39 edición del Salón Gourmets, donde detalló que, en 2025, el valor de las exportaciones de la industria alimentaria regional superó los 3.500 millones de euros.

“Estos datos reflejan el enorme trabajo que realiza nuestro sector para seguir creciendo, innovando y llevando la marca Región de Murcia a nuevos mercados”, señaló la consejera de la Región de Murcia.

## ■ SALÓN GOURMETS

Rubira recordó que el Gobierno regional y la Cámara de Comercio de Murcia han apoyado la participación de 30 empresas en una feria en la que se muestran sus productos de calidad diferenciada. Durante su visita al stand regional, Rubira destacó que “nuestras empresas vuelven a estar presentes en uno de los principales escaparates europeos del sector gourmet, demostrando la fortaleza y competitividad de la industria alimentaria de la Región”.

# El sector agroalimentario murciano supera los 3.500 millones en exportaciones

La Región se consolida en 2025 como la segunda provincia española en exportación de productos agroalimentarios



Imagen de la representación murciana en la 39 edición del Salón Gourmets. / CARM

La representación murciana en la feria ha incluido firmas con expositor propio y otras

empresas que están presentes en el espacio institucional, pertenecientes a sectores tan

representativos como vinos, quesos, salazones, conservas vegetales, aceites, encurtidos, frutos secos, chocolates y productos gourmet elaborados.

La consejera destacó que este tipo de acciones “permiten mostrar de forma directa la calidad y singularidad de nuestros productos, además de generar nuevas oportunidades de negocio para las empresas de la Región”.

Rubira subrayó que “la mejor forma de seguir ganando presencia en los mercados es enseñar, probar y poner en valor lo que somos capaces de producir en la Región de Murcia”.

La consejera mantuvo encuentros con las empresas regionales participantes, de las que destacó su papel como

“embajadoras de la excelencia gastronómica y agroalimentaria murciana”.

## ■ 40 AÑOS DE LA DOP ARROZ DE CALASPARRA

Durante esta feria también se presentaron las actividades que va a desarrollar durante este año la DOP Arroz de Calasparra para celebrar sus 40 años trabajando para que este producto tenga la calidad certificada por la que es reconocido en todo el mundo.

La consejera afirmó que este año 2026 “no solo conmemoramos un aniversario, celebramos cuatro décadas de trabajo, de esfuerzo y de compromiso con un producto único”. Rubira recordó también que el arroz de Calasparra fue el primer arroz del mundo en contar con el aval de calidad de una denominación de origen. “Hablamos de un cultivo singular, ligado al paisaje y a la identidad del Noroeste de la Región de Murcia. Un arroz que se cultiva en aguas que fluyen de manera continua, en un entorno natural excepcional como es el Coto Arrocerero, uno de los humedales de agua dulce más importantes de nuestra Región y un espacio clave para la conservación de la biodiversidad”, añadió Rubira.

# BASF | Nunhems muestra las cualidades del pimiento California Kostantine F1

Esta nueva variedad ofrece un alto rendimiento en los campos murcianos

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Precocidad, cuajes continuados y calidad de fruto son tres de las cualidades que definen a Kostantine F1\*, el nuevo pimiento California rojo de BASF | Nunhems para trasplantes de Murcia. Y precisamente esto es lo que pudieron comprobar los agricultores que asistieron el 15 de abril a la jornada de campo organizada por la casa de semillas en San Cayetano, en la finca de Pablo Galindo.

“Trasplantamos en la primera semana de diciembre”, recuerda el agricultor, quien apunta que este es tu tercer año cultivando Kostantine F1\*. “Empecé con una prueba, que el año pasado ya era más grande y, en esta campaña, estoy cultivando el invernadero completo”, explica.

Galindo destaca dos aspectos cruciales de este nuevo pimiento. Por un lado, que “no tiene parada



Precocidad, cuajes continuados y calidad de fruto son tres de las cualidades que definen a Kostantine F1\*. / BASF

vegetativa”, o lo que es lo mismo, hace cuajes de forma continua. Y por otro, su precocidad. “En torno al 70-80% de su producción es temprana, de modo que podemos tener mejores precios”, comenta.

Esto es posible gracias a su rusticidad de planta, explica por su parte Antonio Miguel López, Sales Specialist de pimiento para Almería y Murcia de BASF, quien añade un segundo factor,

su equilibrio productivo-vegetativo. Ese equilibrio entre vigor y continuidad en el cuaje permite a Kostantine F1\* ofrecer una alta producción de frutos de calidad, de calibre G-GG homogéneo todo

el ciclo, de un atractivo color rojo. El resultado es un elevado porcentaje de frutos de primera categoría y, por tanto, un alto rendimiento comercial.

## ■ PRECOCIDAD

Los ciclos de pimiento cada vez más cortos en Murcia exigen variedades precoces, con una rápida entrada en producción. Y Kostantine F1\* responde a esta necesidad. “Vira rápido a rojo”, señala López, quien añade además su capacidad para “concentrar la producción”, de modo que “el agricultor logra un alto rendimiento en poco tiempo”.

A todo ello suma un factor más, su resistencia a oídio, en línea con la gama Olimpo de variedades de pimiento California de BASF | Nunhems.

## ■ ¿POR QUÉ KOSTANTINE F1?

Pablo Galindo lo tiene claro: “Si buscas una variedad con resistencia a oídio que no tenga parón, te renta”. Y es que, mientras otros Californias tienen una planta más vegetativa fruto de la introgresión de la resistencia, Kostantine F1\* cuenta con el equilibrio productivo-vegetativo adecuado que le permite cuajar frutos de forma continuada, sin parones, y con la garantía de la resistencia a oídio.

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

## Pedro Herrera, nuevo presidente de Alcachofa de España

La asociación nacional ha celebrado su XII Asamblea General Extraordinaria en San Pedro de Pinatar (Murcia)

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La asociación nacional sin ánimo de lucro Alcachofa de España celebró el pasado 14 de abril en San Pedro del Pinatar (Región de Murcia) su XII Asamblea General Extraordinaria, en la que se aprobó la renovación de su junta directiva. Pedro Herrera fue nombrado nuevo presidente, relevando en el cargo a Antonio Galindo, quien pasa a ocupar una vocalía después de haber liderado la asociación desde su fundación.

Pedro Herrera (El Raal, 1966), director general de Conservas El Raal SLU, ocupaba hasta ahora la vicepresidencia de la entidad. Su nombramiento responde a la voluntad de dar continuidad al trabajo realizado en los últimos años, al tiempo que se impulsa una nueva etapa centrada en la innovación y el crecimiento del sector tras el paso a un lado dado por Antonio Galindo.

La nueva Junta Directiva de Alcachofa de España queda conformada por Pedro Herrera en la presidencia; Joaquín Ortuño (SAT Olé), que asume la vicepresidencia; Julio Marín (Cricket), como tesorero; y Antonio Ángel Hurtado (Alcachofa Vega Baja), como secretario. Completan la junta seis vocales: Marga Guilló, Jaime Castel-Ruiz (Frutas y Verduras Castel Ruiz), Francisco Manuel Ramos (Hortoventas), Javier Rillo (Benihort), Antonio Galindo (Soltir) y Andrés Legaz (Almerca).

En su primera intervención como presidente, Pedro Herrera quiso agradecer la labor desempeñada por Antonio Galindo durante sus más de once años al frente



El objetivo de la renovación es seguir impulsando la innovación y consolidar el crecimiento del sector / ALCACHOFA DE ESPAÑA

de la asociación: “Alcachofa de España se ha convertido en una auténtica palanca para dar a conocer un producto que hoy es un referente. Es cierto que aún queda mucho camino por recorrer, pero también es justo reconocer todo lo que se ha hecho hasta ahora”.

El nuevo presidente destacó el “notable auge” experimentado en el consumo de alcachofa en sus distintas presentaciones —fresco, conserva y congelado— a pesar de factores adversos externos como la competencia desleal, los constantes cambios normativos, el incremento de costes y un contexto internacional “complejo”.

Asimismo, subrayó el compromiso del sector con la innovación, especialmente en el desarrollo de productos de quinta gama adaptados a las nuevas demandas del mercado: “Me atrevo a decir que la alcachofa está viviendo una nueva juventud”. Pedro Herrera también agradeció el creciente protagonismo de la alcachofa

en la restauración y animó a los consumidores a apostar por el producto nacional.

En este sentido, puso en valor la participación de Alcachofa de España en el programa europeo ‘Una Europa Más Saludable’, junto a +Brócoli y Fresas de Francia, cuyo objetivo es incrementar el consumo de frutas y hortalizas hasta los 400 gramos diarios recomendados por la Organización Mundial de la Salud.

La Asamblea fue clausurada por el alcalde de San Pedro del Pinatar, Pedro Javier Sánchez Aznar, quien destacó el “trabajo incansable de Alcachofa de España por poner en valor la alcachofa y al sector agrícola, siendo ejemplo de profesionalidad, calidad y cercanía”.

El encuentro contó con el patrocinio de Certis Belchim, Caja Rural Central y Agrobialia (categoría oro); Macaen y Ramiro Arnedo (plata); y Agrobank La-Caixa y Banco Sabadell (bronce).

**PostharvestTALKS**

Edición Murcia:  
**Calidad en Cítricos**

No te pierdas esta oportunidad de conectarte con los referentes del sector, descubrir las tendencias innovadoras y explorar soluciones vanguardistas.

De especialistas del sector para expertos de la industria

Con participación de:

Decco | MAF RODA | Hispatec | UPL

Con colaboración de:

- Dr. Francisco Artes Hernández: Catedrático de Universidad, Grupo de Postcosecha y Refrigeración de la Universidad Politécnica de Cartagena.
- Prof. Ayudante Dr. Manuel Contó: Departamento de Producción Vegetal y Microbiología, Universidad Miguel Hernández.
- ailimpo

**14 DE MAYO** | María Center  
09:30 - 14:00 h  
Av. Doctor Pedro Guillén, 5  
30100 - Murcia

Se ruega confirmación de asistencia. Por favor, escanea el código QR para rellenar el formulario y confirmar la asistencia. ¡GRACIAS! ITE ESPERAMOS!

## Murcia acogerá una nueva edición de PostharvestTALKS

## ► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El próximo 14 de mayo, Murcia será el escenario de una nueva edición de PostharvestTALKS, un encuentro técnico organizado por Decco que reunirá a los profesionales del sector para abordar los principales desafíos de la cadena de valor de los cítricos.

El evento contará con la participación de las empresas destacadas como Maf Roda, Hispatec y UPL, así como con la colaboración de entidades de referencia como Ailimpo. Además, el programa incluirá las intervenciones de expertos del ámbito académico, de la Universidad Politécnica de Cartagena, y de la Universidad Miguel Hernández.

A lo largo de la jornada se analizarán aspectos clave que impactan en la calidad y competitividad del sector, desde el manejo en campo hasta los

procesos de postcosecha y comercialización, poniendo el foco en cómo optimizar cada etapa hasta que la fruta llega al consumidor final manteniendo la calidad.

PostharvestTALKS se consolida, así como un espacio de intercambio de conocimiento y experiencias entre empresas, investigadores y profesionales, favoreciendo el debate en torno a los retos actuales y futuros del sector hortofrutícola.

El evento concluirá con una comida de networking para todos los asistentes, ofrecida por las empresas organizadoras, que permitirá seguir compartiendo impresiones en un entorno más distendido.

Se ruega la confirmación de asistencia a través de este enlace: <https://forms.office.com/r/G6SyDQPe2n>

Para cualquier duda contacta con [info@deccopostharvest.com](mailto:info@deccopostharvest.com)

# El pulgón se mantiene bajo un control “relativo” en los hortícolas

El sector logra contener la incidencia de la plaga gracias al esfuerzo constante de los agricultores, lo que ha permitido sacar adelante una campaña marcada por las dificultades y la incertidumbre



Ante la cancelación del spirotetramat por parte de la UE y la negativa del MAPA a su autorización excepcional, el sector está buscando y solicitando otras materias para hacer frente a la plaga. / ARCHIVO

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La presión del pulgón sobre los cultivos hortícolas del sureste español, que durante semanas centró la preocupación del sector y generó un intenso debate en torno a la falta de disponibilidad de soluciones eficaces, se ha logrado mantener bajo cierto control gracias al esfuerzo de los agricultores. Así, a pesar de los daños registrados, el sector ha conseguido sacar adelante la campaña con “el trabajo formidable de los productores con los medios disponibles”, ensalza Abelardo Hernández, director técnico de Proexport.

Echando la vista atrás, Hernández sitúa el momento más crítico de la afección de la plaga entre finales de febrero y principios de marzo, cuando “se registró el pico”, pero afirma que un mes después “esa situación se ha aliviado”. En este sentido, subraya que la presencia de esta plaga no es ninguna novedad para el sector, ya que “los pulgones están y van a estar siempre; forman parte del entorno en el que desarrollamos la actividad, igual que otros insectos”.

No obstante, el foco del problema no reside tanto en la presencia del pulgón como en la disponibilidad de herramientas eficaces para gestionar y controlar su incidencia. El director técnico de Proexport explica que la presión de la plaga puede variar de una campaña a otra. “Hay años en los que los problemas de pulgón son más intensos y otros en los que son menores. Lo habitual es que existan y que, con las herramientas disponibles, se puedan manejar”, señala. Pero advierte de que la situación se complica cuando ese equilibrio se rompe: “lo anormal es que el problema sea mayor y las herramientas de control sean insuficientes, como ha ocurrido esta campaña en el caso de los hortícolas”.

**La presencia del pulgón no es ninguna novedad, “lo normal es que esté y que con las herramientas disponibles se pueda manejar, lo anormal es que la incidencia sea mayor y las herramientas insuficientes”**

**En el plano comercial, las incidencias en destino han sido puntuales, porque “se está haciendo un trabajo muy exhaustivo y se tiene mucho cuidado con lo que se envía, garantizando la calidad del producto”**

De hecho, la cancelación por parte de la Unión Europea de un fitosanitario formulado a base de spirotetramat —materia activa altamente eficaz contra el pulgón—, fue uno de los factores que hizo que la plaga se descontrolara. Y, ante la negativa del Ministerio de Agricultura de una autorización excepcional, el sector ha desplazado el foco hacia otras soluciones fitosanitarias. “Estamos solicitando otros productos, como sulfoxaflor, que ya está autorizado en

lechuga y que hemos pedido para melón, además de otras alternativas como ciantraniliprol, que también es eficaz contra pulgón, mosca blanca o trips. Estamos trabajando con esas opciones, aunque no es fácil”, concluye.

Y no es fácil, tampoco, cuando todo esto repercute en los costes de producción para el agricultor. El director técnico de Proexport explica que, si anteriormente el control de la plaga podía garantizarse con una única aplicación

de fitosanitarios o mediante el uso de estrategias complementarias como setos o plantas banker en las parcelas, ahora la situación es más complicada. “El coste de todo ese trabajo se duplica o incluso se triplica en algunos casos”, señala, en referencia al incremento de intervenciones necesarias para mantener la plaga bajo control.

## ■ MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

En el plano comercial, los rechazos en destino han sido una de las principales preocupaciones para las empresas exportadoras, ya que una devolución en tienda supone un coste muy elevado para las compañías. No obstante, pese a que durante las semanas más críticas sí se registraron algunas incidencias, Hernández afirma que han sido puntuales.

“Han sido pocas, porque se está haciendo un trabajo muy exhaustivo y se tiene mucho cuidado con lo que se envía. Además, nos sentimos orgullosos de la

calidad de nuestros productos e intentamos cumplir siempre con todos los requisitos del consumidor, que es quien, en definitiva, elige el producto”, señala. Aún así, Hernández añade que en aquellas zonas donde la presión de la plaga se descontrola, no existe otra alternativa que retirar el producto del mercado, porque “no podemos garantizar la calidad de ese producto”.

## ■ BALANCE DE CAMPAÑA

A la hora de valorar la campaña, Hernández mantiene un tono prudente, pero positivo. “Yo siempre pienso que las campañas tienen que ser rentables”, señala, aunque reconoce que existen diversos factores que condicionan la rentabilidad del ejercicio. “Hay factores que distorsionan la rentabilidad de la campaña, entre ellos el pulgón, las condiciones climáticas y, sobre todo ahora, el incremento de costes motivado por el precio del petróleo”, explica el director técnico de Proexport.

Pese a ello, considera que se trata de una “campaña difícil, complicada, pero no un desastre”. En su opinión, la capacidad de adaptación del sector ha sido determinante: “los problemas de pulgón son complejos, pero el buen hacer de los agricultores ha permitido que podamos salir adelante”.

En términos generales, la incidencia del pulgón parece haberse mantenido bajo cierto control en la Región de Murcia, con un sector que ha logrado garantizar el suministro y la calidad del producto. Sin embargo, el incremento de costes —tanto por la adaptación a alternativas fitosanitarias como por factores como el precio del petróleo o la coyuntura internacional— será clave para determinar el resultado final de la campaña. Que, como apunta el propio Hernández, “aún no ha terminado”.



En el momento de mayor incidencia de la plaga, las hortalizas más afectadas fueron la lechuga, brásicas, apio y alcachofa. / JL