



# valencia • fruits

26 de mayo de 2026 • Número 3.150 • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



La recuperación griega, la estabilización hídrica en el valle del Ebro y una campaña climáticamente más favorable impulsan las previsiones productivas de 2026. / ARCHIVO

## La fruta de hueso europea vuelve a crecer en 2026

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.** Europa afronta la campaña 2026 de fruta de hueso con unas perspectivas productivas significativamente más favorables que las registradas en los últimos años. Tras varias campañas condicionadas por heladas, sequía y episodios meteorológicos extremos, las previsiones presentadas en el marco de Interprunus apuntan a una recuperación generalizada del potencial productivo en los principales países mediterráneos, impulsada especialmente por Grecia y por la mejora de la situación hídrica en el valle del Ebro. En este contexto, Cataluña volverá a situarse cerca de sus niveles habituales de producción, consolidando además la evolución varietal hacia nectarinas y paraguayos.

Las estimaciones de Europêch sitúan la producción europea de melocotón, nectarina y paraguayos en 2,74 millones de toneladas, un 8% más que en 2025 y claramente por encima de la media de los últimos años. Aunque el sector insiste en que todavía existen factores meteorológicos que podrían alterar parcialmente la campaña,

el consenso general es que el potencial productivo ya está prácticamente definido en la mayoría de las zonas productoras.

La recuperación griega explica buena parte de este crecimiento europeo. Tras una campaña 2025 gravemente afectada por las heladas de primavera, Grecia volverá este año a niveles próximos a la normalidad productiva, especialmente en nectarina. Esta recuperación permitirá reequilibrar la oferta mediterránea después de un ejercicio marcado por la escasez de fruta y por un mercado especialmente dinámico debido a la limitada disponibilidad de producto.

España consolidará además su posición como principal productor europeo de fruta de hueso, con una previsión cercana a 1,2 millones de toneladas entre melocotón, nectarina y paraguayos. El crecimiento previsto será moderado, pero confirma la estabilidad productiva del sector español tras varios años de transformación estructural y adaptación varietal.

Dentro del conjunto español, Cataluña volverá a desempeñar un papel destacado, con una cosecha superior a las 422.000 toneladas y

un crecimiento del 13,5% respecto a 2025. La mejora de las reservas hídricas tras las lluvias y nevadas de las dos últimas campañas permitirá afrontar el verano sin las restricciones de riego que condicionaron especialmente 2024. Sin embargo, los recientes episodios de granizo registrados en Lleida mantienen cierta incertidumbre sobre el comportamiento comercial de parte de la fruta.

Italia también se situará cerca de su potencial productivo, favorecida por una climatología relativamente estable y por la ausencia de grandes accidentes meteorológicos. El país prevé una cosecha de más de 867.000 toneladas, aunque el sector continúa alertando sobre la reducción progresiva de superficie cultivada, especialmente en melocotón y pavia.

En Francia, las previsiones apuntan igualmente a una campaña estable, con un crecimiento moderado de la producción y una evolución cada vez más orientada hacia la renovación varietal y el desarrollo de fruta plana. El sector francés confía además en que la mejora de las condiciones hídricas permita afrontar el

verano con mayor normalidad que en campañas anteriores.

Más allá de la evolución de la campaña, las previsiones para 2026 vuelven a confirmar los cambios estructurales que atraviesa la fruta de hueso europea. La reducción gradual de superficie, la renovación varietal, la tecnificación de las explotaciones y la adaptación al cambio climático continúan redefiniendo el modelo productivo en los principales países mediterráneos.

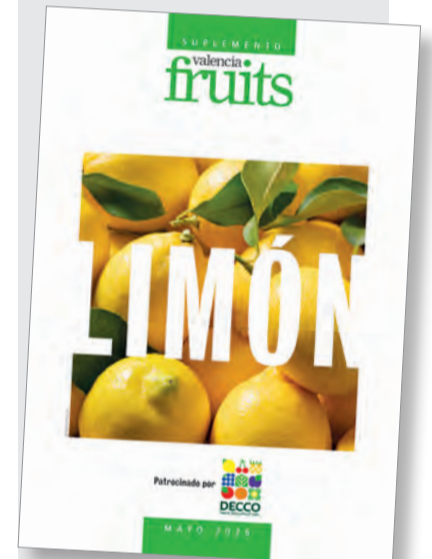
En España esta transformación se refleja especialmente en el crecimiento de la nectarina y de la fruta plana, así como en la búsqueda de variedades con mayor firmeza, mejor conservación postcosecha y calendarios más adaptados a las nuevas condiciones climáticas. Pese al aumento previsto de producción, el sector afronta la campaña con prudencia, consciente de que la evolución del mercado seguirá dependiendo tanto del comportamiento climático como de la capacidad de mantener la calidad comercial y el equilibrio entre oferta y demanda.

Más información en el Dossier Fruta de Verano 2



### Esta semana

- 3** Menos frutas y más hortalizas en la exportación hasta marzo
- 5** Bruselas presenta un plan para abordar la crisis de los fertilizantes
- 6** El Supremo rechaza el recurso contra la revisión del trasvase Tajo-Segura
- 7** La campaña de cítricos andaluza se salda con una merma importante de producción



**Sumario**

Agrocomercio .....	3
Agrocultivos .....	6
Agrocotizaciones .....	9
Noticias de Empresas .....	12



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 ORONOZ  
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

**Red de corresponsales**

■ corresponsales@valenciafruits.com

**Preimpresión**

NERI TORRES VERGARA

■ neri.torres@valenciafruits.com

**Administración  
y Suscripciones**

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

**Publicidad**

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

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



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: INDE UNLIMITED

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

**Empresa asociada**

## Tribuna Abierta

# Suerte y éxito para La Albufera

Por GONZALO GAYO

La Albufera afronta la recta final para su declaración como reserva de la biosfera tras la validación del expediente oficial, coordinado técnicamente por la Fundación Assut y validado por el Gobierno para su remisión en estos momentos a los altos organismos internacionales. Si el examen internacional de la UNESCO progresa favorablemente según el calendario oficial estimado, la Albufera podría obtener la designación formal de Reserva de la Biosfera en junio de este mismo año, en apenas unas semanas.

Detrás de la candidatura hay todo un pueblo que empuja por un reconocimiento internacional deseado, merecido y que cuenta con un consenso institucional histórico logrado por el Ayuntamiento de València, la Diputación, la Generalitat Valenciana y los 13 municipios ribereños que comparten el espacio natural.

También desde el Gobierno central se ha impulsado un nuevo protocolo de gobernanza compartida entre administraciones en el que se incluye la creación de un panel científico con expertos internacionales y universidades como la Universitat Politècnica de València para coordinar las inversiones prioritarias de recuperación ambiental del humedal.

Más de 140 colectivos y agentes sociales han participado en la elaboración del informe técnico en el que se detalla la combinación de los usos agrícolas tradicionales y la conservación ecológica del mayor tesoro de los valencianos. La propuesta técnica de ordenación territorial abarca un total de 44.729 hectáreas distribuidas en tres áreas diferenciadas. Contempla una zona de máxima protección ambiental, correspondiente al corazón del Parque Natural actual, además de los espacios que amortiguan los impactos externos sobre las áreas protegidas y la zona de transición que acoge actividades de desarrollo económico de una agricultura sostenible y prácticas ecológicas respetuosas.

La Albufera garantiza la conservación, el desarrollo económico sostenible de sus habitantes y el apoyo logístico científico en un conjunto ecológico apenas a 10 km de la tercera capital de España, siendo un ejemplo para el mundo, como así también fue declarada la Huerta de Valencia, que cuenta con el máximo reconocimiento internacional al desarrollo agrícola junto a una gran capital. La huerta de Valencia está declarada Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM) por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y esperamos también que La Albufera reciba la bendición de la UNESCO para ocupar el lugar que le corresponde.

La declaración de La Albufera como Reserva de la Biosfera por la UNESCO



La Albufera registra en 2026 récord histórico de aves. / GONZALO GAYO

impulsará la financiación de proyectos, así como el prestigio internacional con acceso preferente a fondos europeos. Los 13 municipios y los sectores productivos de la comarca tendrán prioridad en las convocatorias de fondos de la Unión Europea (como el programa LIFE o fondos estructurales) destinados a la conservación, la digitalización del regadío y la transición ecológica.

También permitirá a nuestros agricultores comercializar sus productos bajo el sello oficial de la Reserva de la Biosfera, aportando un alto valor añadido en los mercados internacionales, y reconoce el papel del cultivo tradicional del arroz en el mantenimiento del humedal. Los productores de las variedades locales autóctonas como Bomba, Sénia y la propia variedad Albufera podrán incorporar el logotipo oficial de la UNESCO en sus envases. Este distintivo internacional posiciona el producto en el mercado gourmet europeo, justificando un precio final más competitivo al certificar que sostiene de forma directa un ecosistema protegido de relevancia mundial.

Además, se prevé un incremento del turismo internacional de naturaleza y agilizará las inversiones millonarias destinadas a la modernización de depuradoras, la renovación de acequias y la mejora de la calidad del agua que entra al lago. El estatus de la UNESCO blindará técnica y políticamente estas compensaciones económicas de la PAC de la Unión Europea, garantizando subvenciones estables a largo plazo a cambio de prácticas ecológicas estrictas.

A la espera del veredicto, La Albufera se viste de gala batiendo récords en el Censo Internacional de Aves Acuáticas (IWC) de enero pasado, habiendo contabilizado un total de 131.925 ejemplares

de 78 especies de aves acuáticas. Los resultados obtenidos en 2026 en el Parque Natural de l'Albufera han sido un 52,53% mayores que los de 2025 y alcanzan un máximo histórico para el humedal. También, en el esfuerzo titánico de las administraciones y colectivos para revertir la tragedia sufrida en la DANA del 29 de octubre de 2024, se han realizado importantes obras con una amplia agenda prevista de inversiones desde todas las administraciones.

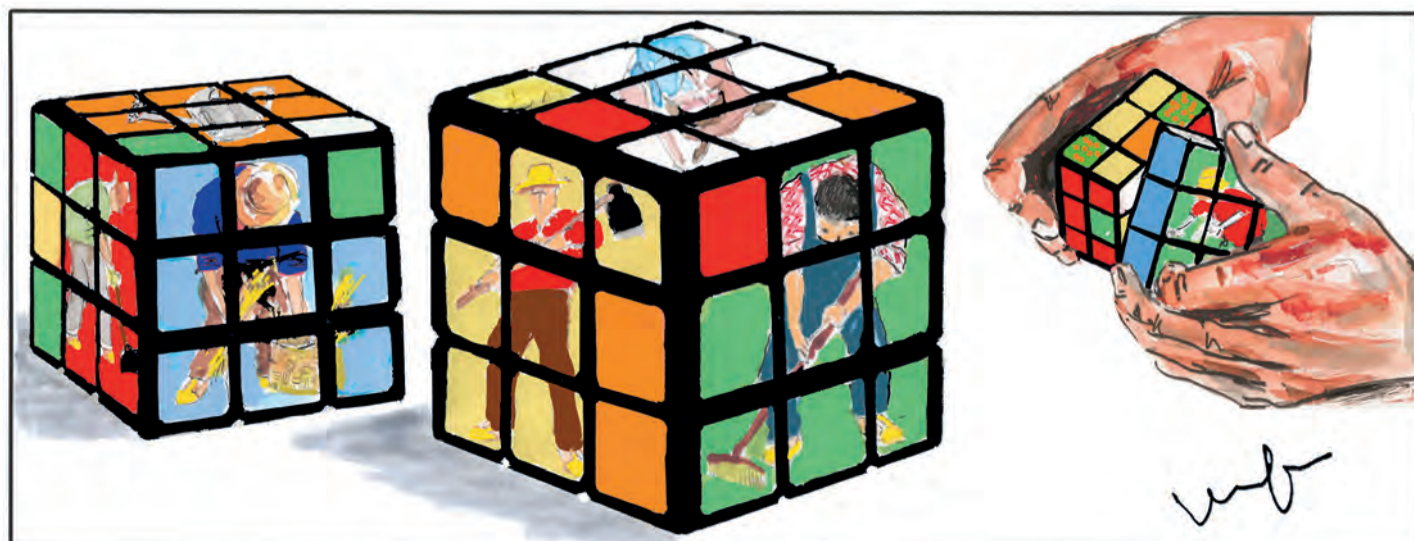
La última iniciativa parte de València Innovation Capital, del Ayuntamiento de València, incorporando big data y la IA en su programa GovTech con el objetivo de aportar soluciones tecnológicas para la medición, visualización y gestión que permitan mejorar el conocimiento sobre el estado hídrico de la laguna, uno de los humedales más valiosos de España.

Para los miles de amantes de La Albufera estas semanas serán vividas con emoción y esperanza para que se cumpla un sueño para la mejora y protección con el amparo y reconocimiento de la UNESCO. La Albufera necesita del apoyo de todos.

No habría sido posible llegar a estos momentos sin nuestros agricultores, que durante generaciones han sabido preservar y cuidar el mayor tesoro de los valencianos con el compromiso de legarlo a las futuras generaciones y en las mejores condiciones de vida, como hicieron nuestros mayores. La Albufera y los valencianos merecen el apoyo de la UNESCO y la alegría de un reconocimiento que engrandece el patrimonio de la humanidad. Esperemos que los más bellos atardeceres del mundo iluminen también la capacidad de entendimiento entre quienes nos gobiernan al servicio de los ciudadanos. Suerte y éxitos para nuestra querida Albufera por el bien de todos.

### LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## Menos frutas y más hortalizas en la exportación hasta marzo

La importación hortofrutícola registra un 4% más en volumen el primer trimestre

### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre de 2026 descendió un 1% en volumen totalizando 3,4 millones toneladas, debido al menor peso de las frutas que retrocedieron un 4,5% y mayor protagonismo del segmento hortícola, con un 2% más exportado, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales hechos públicos el 19 de mayo y procesados por Fepex.

Estas reducciones explican buena parte del ajuste del volumen total, en un contexto en el que las frutas retrocedieron un 4,5%, hasta situarse en 1,4 millones de toneladas.

Frente a esta tendencia, las hortalizas han mostrado un comportamiento más dinámico en el primer trimestre de este año, con un aumento del volumen exportado del 2%, totalizando 1,9 millones de toneladas, lo que ha permitido amortiguar la caída global.

En conjunto, el trimestre refleja un cambio en la composición de la oferta exportada, con menor peso de frutas y mayor protagonismo del segmento hortícola, según Fepex.

En cuanto al valor de la exportación española de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre de este año, creció un 8% totalizando 6.140 millones de euros.

Este crecimiento se apoya fundamentalmente en el comportamiento del bloque de hortalizas, que creció un 13% alcanzando los 3.520 millones de euros, mientras que las frutas registraron un aumento más moderado, del 1%, totalizando 2.619 millones de euros.

Entre los productos que más contribuyeron al incremento del valor destacan el pepino, con un aumento de 104.786 euros, lo que supuso un crecimiento del 24%, totalizando 537 millones de euros; el calabacín que creció un 49%, totalizando 251 millones de euros y el pimiento con un 10% situándose en 787 millones de euros. Y en frutas destacó el limón, con un 35% más y 287 millones de euros.

En el lado contrario destaca la fresa, con un retroceso del valor exportado del 9,5%, totalizando 418 millones de euros.

Desde el punto de vista territorial, el comportamiento de las exportaciones refleja un mayor peso relativo de Andalucía y Murcia, frente a la reducción del volumen exportado por Comunidad Valenciana.

En el primer trimestre de 2026, Andalucía se mantiene como principal origen exportador, con 1,2 millones de toneladas, lo que supone un incremento de 39.934 toneladas (+3,3%).



El crecimiento se apoya en el comportamiento de las hortalizas cuyas exportaciones han crecido un 13% hasta marzo. / MAGNIFIC

Murcia registró también un crecimiento significativo, con 688.332 toneladas, tras aumentar en 45.908 toneladas (+7%). Por el contrario, la Comunidad Valenciana redujo sus exportaciones

En cuanto al valor de la exportación española de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre de este año, creció un 8% totalizando 6.140 millones de euros

## Las cifras de la Comunitat Valenciana

El sector agroalimentario valenciano ha alcanzado unas exportaciones de 2.895,1 millones de euros en el primer trimestre de 2026, con un saldo positivo de 1.206,1 millones, según ha explicado el conseller de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca, Miguel Barrachina. Así lo señaló durante la clausura de los II Premios Excelencia Agroalimentaria, impulsados por La 8 Mediterráneo TV, donde subrayó que estos datos reflejan “la capacidad del campo valenciano para competir, generar valor y sostener empleo en el territorio”.

Sólo en el mes de marzo, las ventas agroalimentarias valencianas al exterior ascendieron a 1.006 millones de euros, con un crecimiento interanual del 3,8%. Las importaciones se situaron en 626,1 millones, de modo que el saldo

mensual del sector fue positivo en 380 millones de euros. Barrachina recordó que estos resultados llegan después de que el sector agroalimentario valenciano alcanzara en 2025 el mejor año exportador de su historia, con más de 10.200 millones de euros en ventas al exterior. “El campo valenciano demuestra que sabe competir en los mercados internacionales, incluso en un contexto exigente, y que es una pieza esencial de la economía de la Comunitat Valenciana”, afirmó el conseller.

El titular de Agricultura también señaló que el paro en el sector agrario ha caído un 20% desde 2023, un dato que, según ha indicado, evidencia que “el sector agroalimentario no sólo exporta, sino que genera actividad y oportunidades”. ■

La importación hortofrutícola en el primer trimestre de 2026 se situó en 1,2 millones de toneladas, lo que supone un incremento del 4% respecto al mismo periodo de 2025 y el valor alcanzó 1.459 millones de euros, con una subida más moderada del 1,2%

un 10% totalizando un millón de toneladas, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales procesados por Fepex y hechos públicos a través del Informe Mensual de Comercio Exterior, elaborado por la Secretaría de Estado de Comercio, dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

### ■ IMPORTACIÓN

Por otra lado, la importación hortofrutícola en el primer trimestre de 2026 se situó en 1,2 millones de toneladas, lo que supone un incremento del 4% respecto al mismo periodo de 2025 y el valor alcanzó 1.459 millones de euros, con una subida más moderada del 1,2%.

El aumento del volumen importado se ha apoyado principalmente en las frutas, que alcanzaron 565.816 toneladas, con un crecimiento del 5%, mientras que las hortalizas se situaron en 678.467 toneladas, con un incremento más moderado del 3%, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales hechos públicos el 19 de mayo y procesados por Fepex.

En frutas, el crecimiento fue generalizado, destacando el aumento del plátano, que fue del 27% totalizando 114.750 toneladas, así como el de la piña, con un 8% más y 43.161 toneladas. También aumentaron frutas tropicales como el mango y guayaba, con 29.660 toneladas (+6%).

En hortalizas, el comportamiento fue desigual, destacando el crecimiento de productos como la cebolla, con 71.033 toneladas (+31%) y el pimiento, con 41.571 toneladas (+22%). La patata, principal producto importado, se mantuvo en niveles elevados, con 401.731 toneladas, pese a un ligero descenso del 4%.

En cuanto al valor total de la importación hortofrutícola en el primer trimestre de este año, se situó en 1.459 millones de euros, con un crecimiento del 1,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Al igual que ha ocurrido en volumen, las frutas han impulsado el crecimiento de toda la importación del sector hortofrutícola en este periodo desde el mes de enero hasta el mes de marzo, alcanzaron 993 millones de euros, con un aumento del 6%, mientras que las hortalizas descendieron hasta 465 millones de euros, lo que supone una caída del 7%.

### NEREA RODRIGUEZ. VALENCIA.

El debate sobre alimentación se está desplazando cada vez más hacia entornos digitales dominados por mensajes rápidos, simplificados y, en muchos casos, alejados del consenso científico. El sector citrícola considera que el zumo de naranja 100% exprimido se ha convertido en uno de los principales ejemplos de esta tendencia y alerta de que la proliferación de contenidos alarmistas y descontextualizados está afectando a la percepción del producto entre los consumidores.

Esta es una de las principales conclusiones del informe 'Efectos de la (des)información en los hábitos de alimentación actuales. El caso del zumo de naranja', presentado por el Comité de Gestión de Cítricos (CGC) y Zumos Valencianos del Mediterráneo (Zuvamesa), con el respaldo de la Generalitat Valenciana. El estudio analiza cómo internet, las redes sociales y los nuevos formatos digitales están transformando la manera en que la ciudadanía se informa sobre nutrición y salud.

El documento sostiene que la evidencia científica compite hoy en desventaja frente a mensajes emocionales, titulares contundentes y contenidos diseñados para captar atención y viralidad. Según recoge el informe, este fenómeno está favoreciendo la proliferación de informaciones simplificadas sobre alimentación que, en muchos casos, terminan condicionando las decisiones de compra y los hábitos de consumo.

En el caso concreto del zumo de naranja 100% exprimido, el sector denuncia que en los últimos años se han multiplicado los mensajes que lo equiparan a refrescos o bebidas azucaradas, sin diferenciar entre categorías de producto ni tener en cuenta aspectos como su composición nutricional, su definición legal o su papel dentro de una dieta equilibrada. El informe concluye que buena parte de las informaciones negativas difundidas sobre el zumo presentan errores metodológicos, interpretaciones



Un momento de la presentación en la que se emitió uno de los vídeos de la campaña 'Nada más que zumo. Nada menos que zumo'. / CGC

## El sector citrícola alerta sobre la desinformación del zumo de naranja

Un informe del CGC y Zuvamesa advierte del impacto de los mensajes alarmistas y simplificados difundidos en redes sociales sobre el zumo 100% exprimido

parciales de estudios científicos o extrapolaciones incorrectas.

La presidenta del CGC, Inmaculada Sanfeliu, y el consejero delegado de Zuvamesa, Carlos Artigues, presentaron el informe y las diferentes acciones impulsadas dentro de la iniciativa sectorial 'Nada más que zumo. Nada menos que zumo'. Durante el acto, Sanfeliu advirtió de que "la desinformación alimentaria no sólo genera confusión y condiciona las decisiones de consumo, sino que también puede perjudicar seriamente a sectores estratégicos como el citrícola". En este sentido, defendió la necesidad de

"combatir los bulos y el ruido con evidencia científica, contexto y divulgación responsable". Por su parte, Artigues subrayó la importancia de fomentar "una comunicación más rigurosa y responsable sobre alimentación y salud, y sobre el zumo 100% en particular", así como ayudar a los consumidores a distinguir "entre evidencia científica y desinformación".

El estudio dedica parte de su análisis al creciente peso de los llamados foodfluencers y de determinados creadores de contenido que difunden consejos alimentarios simplificados o

mensajes categóricos sobre productos concretos. Según recoge el informe, las redes sociales y sus algoritmos tienden a premiar los contenidos más emocionales y polarizados frente a los mensajes matizados o apoyados en evidencia científica.

El documento advierte además de que esta simplificación extrema del debate nutricional está contribuyendo a consolidar la idea de que existen alimentos "buenos" y "malos", generando percepciones distorsionadas y alejando al consumidor de decisiones informadas. En este contexto, el zumo de naranja 100%

exprimido se habría convertido en uno de los productos más afectados por titulares alarmistas y mensajes virales difundidos en internet y redes sociales.

La investigación ha contado con la participación del grupo ALIMNOVA de la Universidad Complutense de Madrid, encargado de revisar y validar científicamente los contenidos analizados y los datos incluidos en el estudio, así como con la consultora ZINK, especializada en análisis de tendencias y comunicación digital.

Más allá del debate nutricional, el sector reivindicó durante la presentación el papel estratégico de la industria transformadora dentro de la cadena citrícola. Cada año, España destina alrededor de 1,2 millones de toneladas de naranjas y clementinas a la elaboración de zumo 100% exprimido, dando salida comercial a fruta que no se comercializa en fresco por cuestiones de calibre o defectos externos derivados de fenómenos meteorológicos.

El CGC destacó además la función medioambiental y de economía circular que desempeña esta actividad, ya que permite aprovechar integralmente la fruta y reducir el desperdicio alimentario. La pulpa se destina a la industria alimentaria, la piel se utiliza para la elaboración de aceites esenciales y los restos se aprovechan para alimentación animal.

La presentación del informe se enmarca en la iniciativa sectorial 'Nada más que zumo. Nada menos que zumo', impulsada por el sector para reivindicar el valor del zumo de naranja 100% exprimido frente a la creciente desinformación detectada en internet y redes sociales. Dentro de esta estrategia también se incluyen acciones divulgativas y campañas dirigidas especialmente al público joven, como el videojuego educativo Zumotron, lanzado el año pasado, o la campaña 'Presumo de mi zumo', acompañada de un divertido y descarado spot que ya rueda por las diferentes plataformas digitales.

## El Congreso Internacional de Frutos Rojos se celebrará los días 17 y 18 de junio

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El XI Congreso Internacional de Frutos Rojos, organizado por Freshuelva, se celebrará los próximos 17 y 18 de junio en la Casa Colón de Huelva, que volverá a convertirse en epicentro mundial del sector de los berries con la celebración del principal encuentro profesional en torno a los frutos rojos. El anuncio de las fechas de esta undécima edición ha coincidido con la firma del convenio con la Fundación Caja Rural del Sur, que renueva un año más su compromiso como patrocinador principal exclusivo del evento. El acuerdo ha sido rubricado por los presidentes de la Fundación Caja Rural del Sur y Freshuelva, José Luis García-Palacios Álvarez y Francisco José Gómez, respectivamente.

El Congreso Internacional de Frutos Rojos afronta así una nueva edición plenamente

**Esta edición tiene como objetivo seguir impulsando la unión del sector y afrontar juntos los retos de futuro**

consolidado como principal punto de encuentro para productores, comercializadores y empresas auxiliares del sector, tanto a nivel nacional como internacional. Durante dos jornadas, Huelva reunirá nuevamente a profesionales, técnicos, investigadores y empresas vinculadas a un sector líder en Europa y referente en los mercados internacionales.

La organización ultima ya el diseño del programa oficial del Congreso, que volverá a abordar algunas de las cuestiones más importantes para el presente y

el futuro del sector, como la innovación, la sostenibilidad, la comercialización, la apertura de nuevos mercados o el valor saludable y socioeconómico de los frutos rojos.

El presidente de la Fundación Caja Rural del Sur, José Luis García-Palacios Álvarez, destacó que "el Congreso Internacional de Frutos Rojos se ha convertido en una gran plataforma para proyectar la imagen de Huelva y de un sector estratégico para nuestra provincia. Desde la Fundación Caja Rural del Sur seguimos apostando por este encuentro porque representa innovación, conocimiento y capacidad de liderazgo de nuestros agricultores y empresas".

Por su parte, el presidente de Freshuelva agradeció "el respaldo constante de la Fundación Caja Rural del Sur a este congreso y al conjunto del sector",



Firma del convenio con la Fundación Caja Rural del Sur, que renueva un año más su compromiso como patrocinador principal exclusivo del evento. / CIFR

destacando que "alcanzar la undécima edición demuestra la fortaleza y la consolidación de un evento que sitúa a Huelva en el centro de la industria internacional de los berries". Francisco José Gómez mostró además su confianza en que esta nueva edición "sirva para seguir impulsando la unión del sector y afrontar juntos los retos de futuro".

Tras reunir a más de 1.700 profesionales en su pasada edición, el XI Congreso Internacional de Frutos Rojos mantiene abierto el plazo para la reserva de espacios expositivos y ha activado ya el periodo de inscripciones, que pueden formalizarse a través de la página web oficial del Congreso: [www.congresofrutosrojos.com](http://www.congresofrutosrojos.com).

# Bruselas presenta un plan para abordar la crisis de los fertilizantes

El campo español tacha de “poco ambicioso” el paquete de medidas anunciado por la Unión Europea

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Comisión Europea propuso el pasado 19 de mayo un plan de acción para reducir la dependencia de las importaciones de fertilizantes y aumentar su producción en la UE, con un paquete de medidas a corto y largo plazo que incluyen un apoyo financiero a los agricultores antes del próximo verano para asegurar el abastecimiento. Un plan que los productores españoles consideran “poco ambicioso”.

El objetivo del plan de Bruselas es reducir la dependencia de los fertilizantes importados y aumentar la producción local, impulsando en paralelo el uso de productos alternativos. Y, según la CE, gracias al apoyo financiero antes del verano, los agricultores podrán garantizar el abastecimiento de fertilizantes.

Bruselas anunció que dará “apoyo excepcional y específico a los agricultores europeos que afrontan altos costos de fertilizantes” a través de los instrumentos existentes en el marco de la PAC. En particular, propondrá movilizar el presupuesto europeo para reforzar la reserva agrícola con “una cantidad sustancial”.

Esta reserva de crisis —cuya dotación anual total se eleva a 450 millones— cuenta en la actualidad con “un poco más” de 200 millones de euros disponibles, según explicó el comisario de Agricultura, Christophe Hansen. La intención de Bruselas es agotar estos fondos en ayudas para garantizar el suministro de fertilizantes y además “al menos duplicar” esta cantidad, hasta alcanzar aproximadamente los 400 millones, a través de una enmienda presupuestaria que será presentada antes del parón veraniego.

El comisario luxemburgués recordó, no obstante, que esta modificación del presupuesto debe ser aprobada por el Parlamento Europeo y los Estados miembros como instituciones con poderes legislativos, a las que pidió celeridad para que “la liquidez esté disponible cuanto antes” para los agricultores.

“El objetivo es poner el instrumento sobre la mesa antes del verano para que esté disponible como tarde después del verano”, resumió Hansen sobre el plazo en el que las ayudas podrán llegar a los bolsillos de los agricultores.

Además, a corto plazo la Comisión presentará un paquete legislativo para permitir a los países “aprovechar al máximo” el apoyo disponible en el marco de sus planes estratégicos de la PAC, que incluye un nuevo sistema de liquidez para facilitar la gestión del flujo de caja, más flexibilidad para los pagos anticipados y más incentivos para prácticas agrícolas eficientes que optimicen el uso de fertilizantes o permitan avanzar hacia alternativas ecológicas.

Otras acciones de apoyo a los agricultores se centrarán en una mejor gestión de los nutrientes, el apoyo al desarrollo y la adopción de prácticas agrícolas eficientes en el uso de nutrientes y un mayor énfasis en los Servicios



El plan sobre los fertilizantes propuesto por la Comisión Europea contiene un paquete de medidas a corto y largo plazo que incluyen un apoyo financiero destinado a los agricultores antes del próximo verano. / ARCHIVO

de Asesoramiento Agrícola en el marco de la PAC.

Además, la Comisión adoptará medidas para apoyar la industria nacional de fertilizantes, garantizar un suministro estable y reducir la dependencia de las importaciones. También fomentará el uso de alternativas europeas, incluidos los fertilizantes orgánicos, la biomasa de algas, y otras opciones como los mejoradores del suelo y la recuperación de nitrógeno y fósforo de los lodos de depuradora.

Otro ámbito en el que se trabajará será en la revisión del Régimen de Comercio de Derechos de Emisión. Se examinará la posibilidad de dar flexibilidad a la industria de los fertilizantes, siempre acompañada de la responsabilidad de descarbonizar la producción, asegurar una mayor producción de fertilizantes ecológicos y de garantizar la disponibilidad y la asequibilidad de los fertilizantes europeos.

Al mismo tiempo, la Comisión Europea propondrá nuevas medidas para aumentar la demanda de fertilizantes sostenibles de producción nacional.

Bruselas indicó también que los fondos existentes, en particular los de cohesión, se movilizarán para apoyar la producción de biogás y biometano y las inversiones en infraestructuras de tratamiento de aguas residuales, lo que permitirá ampliar la valorización de lodos y la recuperación de nutrientes.

## ■ UN PLAN “POCO AMBICIOSO”

El campo español ha calificado de “poco ambicioso” el plan presentado por la Comisión Europea para abordar la crisis de los fertilizantes, ya que consideran no resuelve los problemas a corto plazo del sector.

El director de la oficina de la organización agraria Asaja en Bruselas, José María Castilla, ha expresado en un vídeo su “decepción” por el plan “sin ambición” de la Comisión Europea, el cual “estaba diseñado para actuar a largo plazo pero no responde a la realidad actual de la crisis tan grande de los fertilizantes”.

“Esto no es un problema de agricultores, lo van a pagar los consumidores”, ha afirmado. Castilla ha criticado que no se

haya eliminado el impuesto al carbono de las importaciones de fertilizantes ni el sistema europeo que penaliza las emisiones por la fabricación de esos productos. El responsable de Asaja ha echado en falta la modificación de la directiva de nitratos y el impulso al uso de fertilizantes renovables, al tiempo que ha acusado de “bloqueo” a la vicepresidenta de la Comisión Europea Teresa Ribera y de “omisión” a su presidenta, Ursula von der Leyen, y al comisario de Agricultura, Christophe Hansen.

Fuentes de la organización COAG lo ven insuficiente porque “no aporta fondos nuevos y se limita a redirigir partidas ya asignadas en los planes estratégicos de la PAC”. Además, “no concreta ni fechas ni cantidades” mientras los productores “están tomando ya decisiones de siembra para la próxima campaña sin saber si van a recibir ayuda ni cuánto”.

Por todo ello, COAG comparte la “preocupación” del sector y ha exigido al Ministerio de Agricultura español que actúe “con urgencia” en el Consejo de la UE para que el paquete legislativo anunciado “incluya cifras

concretas, un mecanismo de liquidez operativo antes del verano y condiciones que no discriminen a las explotaciones familiares y de menor dimensión”.

Por su parte, UPA también ha calificado de “insuficiente y poco ambicioso” desde el punto de vista presupuestario el plan de fertilizantes de la Comisión Europea y ha llamado a un cambio “estructural” de la fertilización a nivel europeo porque “no se puede sustentar la agricultura sobre fertilizantes a partir de materias primas de las que carece”.

Su secretario general, Cristóbal Cano, ha señalado que el plan recoge medidas “interesantes” a medio y largo plazo que ya había presentado UPA, pero en “ningún caso” están acompañadas de nuevos fondos ni de presupuesto adicional en este contexto de crisis. Cano ha destacado que necesitan un paquete de ayudas “valiente” que inyecte liquidez rápida a los agricultores para reducir los costes de producción de los fertilizantes, actualmente al alza por el conflicto en Oriente Medio.

El miembro de la ejecutiva nacional de Unión de Uniones, Valentín García, cree que el plan presentado tiene “poco” de ayuda para solventar el “déficit” que tienen los países comunitarios en la obtención de abonos químicos.

Para García, el plan “no tiene ningún sentido” y la UE debería optar por un programa de “choque” para que el sector pueda seguir sembrando y produciendo.

Entre esas medidas, ha abogado por liberalizar la entrada de fertilizantes rusos y “no poner ahora impuestos —a la importación— de abonos” procedentes de otras zonas del mundo.

## ■ AYUDAS EN ESPAÑA

El ministro de Agricultura, Luis Planas, ya ha anunciado que el paquete de 500 millones de euros aprobado por el Gobierno en marzo pasado para ayudar a los agricultores en la compra de fertilizantes, dado su encarecimiento por el conflicto en Oriente Medio, se abonará este próximo verano.

Esas ayudas a la fertilización llegarán “a lo largo de este verano”, lo que “debería ayudar” a los productores a comprar fertilizantes a un “precio razonable” de cara a las siembras de invierno.

Luis Planas ha analizado el plan de acción de fertilizantes de la Comisión Europea y ha reiterado su crítica hacia el mismo en el sentido de que recoge el diagnóstico de los “problemas a corto plazo pero no pone los remedios”.

El ministro cree que la Comisión “hace bien en poner el acento” sobre el futuro, que pasa por “desvincularnos de las energías fósiles”, pero advierte de que esa transición “no es sencilla ni será inmediata”.

La receta de Luis Planas pasa por apoyar a los agricultores para que no se reduzca la producción agroalimentaria; potenciar la agricultura de precisión para una fertilización más eficiente; e implementar la fertilización orgánica a través del uso sostenible de estiércol y purín.

## Suspensión de los aranceles aduaneros sobre determinados fertilizantes

El Consejo de la Unión Europea adoptó oficialmente el pasado 21 de mayo la suspensión de los aranceles aduaneros sobre determinados fertilizantes durante un año con el objetivo de abaratar costes para el sector agrario y reducir la dependencia comunitaria de Rusia y Bielorrusia.

La medida, que afecta a ciertos fertilizantes nitrogenados y materias primas como la urea y el amoníaco, permitirá ahorrar unos 60 millones de euros en derechos de importación para agricultores e industria de fertilizantes de la UE, según cálculos de la Comisión Europea, y busca además favorecer una mayor diversificación de proveedores.

La suspensión se aplicará únicamente a productos que no entren ya libres de aranceles en el mercado comunitario gracias a acuerdos preferenciales.

Estará limitada a un contingente equivalente al volumen de importaciones sujetas al régimen de nación más favorecida en 2024, más un 20% de las compras realizadas ese mismo

año a Rusia y Bielorrusia, precisó el Consejo en un comunicado.

La exención no beneficiará a productos importados directamente desde Rusia ni Bielorrusia, en línea con la estrategia europea para disminuir la dependencia de ambos países tras la invasión rusa de Ucrania.

“La decisión ofrece a los agricultores europeos un mejor acceso a suministros de fertilizantes asequibles y fiables”, señaló el ministro de Finanzas de Chipre, Makis Keravnos, cuyo país ejerce la presidencia rotatoria del Consejo de la Unión Europea.

La adopción definitiva de la medida se produce después de que la Comisión Europea propusiera el pasado 19 de mayo un plan de acción adicional para reducir la dependencia de las importaciones de fertilizantes y aumentar su producción en la UE, con un paquete de medidas a corto y largo plazo que incluyen apoyo financiero a los agricultores antes del próximo verano para asegurar el abastecimiento. ■

# Agrocultivos

## El Supremo rechaza el recurso contra la revisión del trasvase Tajo-Segura

La resolución allana la implantación de los caudales ecológicos para el Tajo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Nuevo varapalo para los regantes del sureste español. El Tribunal Supremo ha rechazado el recurso contencioso-administrativo interpuesto por el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (Scrats) contra la revisión del plan hidrológico de la parte española de la Demarcación Hidrográfica del Tajo y, en concreto, contra la fijación de los caudales ecológicos mínimos.

El sindicato recurrió en abril de 2023 el Real Decreto 35/2023, por el que se aprobó la revisión de los planes hidrológicos de distintas demarcaciones hidrográficas, entre ellas las del Segura, Júcar, Guadiana, Duero, Ebro y Tajo.

Según la sentencia, fechada el pasado 13 de mayo, los regantes sostenían que existía una voluntad política de poner fin al trasvase Tajo-Segura mediante la implantación de unos caudales ecológicos mínimos en el Tajo, con incrementos progresivos posteriores, y consideraban que la fijación de dichos caudales vulneraba la normativa relativa a la planificación hidrológica y la regulación del propio trasvase. Asimismo, apoyándose en informes periciales, cuestionaban los criterios técnicos empleados por la Administración y advertían de que la medida perjudicaba los derechos de uso del agua en la cuenca del Segura, además de provocar consecuencias sociales y económicas por la reducción de los volúmenes trasvasables.

Tras el rechazo de las medidas cautelares solicitadas por el Scrats, el Supremo admitió a trámite el recurso en abril de 2024 y reclamó el expediente administrativo. Posteriormente, en junio de 2025, la Abogacía del Estado solicitó la desestimación del recurso, una posición a la que se sumaron un mes después la Asociación de Municipios Ribereños de los Embalses de Entrepeñas y Buendía, la Plataforma de Toledo en Defensa del Tajo y la Junta de Castilla-La Mancha.

Ahora, la sección quinta de la Sala de lo Contencioso-Administrativo concluye que el real decreto recurrido “no infringe la legalidad vigente ni la jerarquía normativa aplicable” en esta materia. La sentencia también rechaza el argumento de los demandantes sobre una supuesta falta de coordinación en la fijación de los caudales ecológicos que vulneraría el Reglamento de Planificación Hidrológica.



El fallo del TS supone un vuelco al escenario hídrico del Levante al blindar el incremento de los caudales mínimos en el Tajo. / AR

“Puede concluirse, pues, que la coordinación ha existido y que la implantación de caudales ecológicos progresivos es la mejor expresión de esa coordinación”, señala el fallo. Además, el alto tribunal considera que los informes técnicos aportados por los regantes no acreditan arbitrariedad en la determinación de los caudales ecológicos.

Esta es la línea que sigue el presidente de la Confederación Hidrográfica del Tajo (CHT), Antonio Yáñez, quien ha asegurado que “aunque las pruebas periciales de los demandantes son respetables, en ningún momento demuestran que haya error o arbitrariedad”. Yáñez ha recordado que la sentencia es firme y que “aunque otro Gobierno podría cambiarlo” en el futuro, “a día de hoy la prioridad es atender las demandas del Tajo” y es preciso cumplir la sentencia.

### ■ “UN MAL DÍA”

“Un mal día” para los regantes. Así calificó el presidente del Scrats, Lucas Jiménez, la sentencia del Tribunal Supremo. En una rueda de prensa que concedió tras conocerse el fallo, afirmó que los regantes aceptan “con respeto” la resolución judicial, aunque no comparten “la injusticia” que, a su juicio, ha motivado la reducción progresiva de las aportaciones hídricas y que, por supuesto, el sector seguirá defendiendo el trasvase.

“No es un buen día, pero desánimo no hay ninguno. Seguimos al pie del cañón en la defensa de

**El alto tribunal considera que los informes técnicos aportados por los regantes no acreditan arbitrariedad en la determinación de los caudales ecológicos**

**Lucas Jiménez, presidente de Scrats, ha afirmado que los regantes aceptan “con respeto” la resolución judicial, aunque no comparten “la injusticia” que, a su juicio, ha motivado la reducción progresiva de las aportaciones hídricas y que, por supuesto, el sector seguirá defendiendo el trasvase**

lo que nos parece una injusticia”, declaró el dirigente, quien insistió en que el recorte responde a “una decisión política” derivada del cumplimiento de “una promesa política”.

El presidente del Scrats criticó además que la sentencia no entre, según dijo, “al fondo de la cuestión” planteada por los regantes y que se limite a remitirse a resoluciones anteriores sin abordar los argumentos técnicos expuestos por la organización.

Jiménez explicó también que los servicios jurídicos del sindicato estudian posibles actuaciones legales, incluida la posibilidad de analizar la sentencia desde la perspectiva constitucional, aunque reconoció que actualmente “no caben medidas cautelares” en la vía judicial.

### ■ ALTERNATIVAS AL TRASVASE

Durante su intervención, centró buena parte de sus críticas en las

inversiones comprometidas por el Estado para compensar el recorte del trasvase. Según señaló, de los más de 3.000 millones de euros anunciados para actuaciones en las cuencas del Tajo y del Segura “apenas se ejecutarán 100 millones de euros” hasta 2027.

En concreto, recordó que se anunciaron 1.300 millones de euros para la cuenca del Tajo y 1.750 millones para la del Segura. “Era un fraude a todas luces”, afirmó Jiménez, quien calificó de “mentira” las promesas vinculadas a modernización de regadíos, adaptación de depuradoras, impulsiones de agua desalada y proyectos fotovoltaicos destinados a reducir los costes energéticos.

El dirigente de los regantes advirtió además de que la falta de ejecución de esas actuaciones compromete el futuro económico de las regiones receptoras del trasvase y sostuvo que las infraestructuras previstas son

insuficientes para sustituir los recursos transferidos desde el Tajo, al no existir conexiones con las plantas desaladoras.

### ■ REACCIONES POLÍTICAS

La sentencia también ha generado reacciones políticas enfrentadas entre las comunidades autónomas afectadas por el trasvase. Desde Castilla-La Mancha, el Gobierno autonómico reclamó que se cumplan las resoluciones judiciales sobre el trasvase Tajo-Segura. De hecho, el presidente castellanomanchego, Emiliano García-Page, exigió la ejecución de las decisiones judiciales y lamentó que su comunidad lleve “años y años ganando sentencias” que, según denunció, nunca llegan a aplicarse. “Acabamos de ganar la más importante batalla en materia de agua después de décadas peleando en los tribunales”, afirmó García-Page durante un acto celebrado en Valdepeñas, Ciudad Real, donde pidió “por favor, por favor” al Gobierno central que cumpla lo dictado por la justicia. La Junta de Castilla-La Mancha llegó incluso a presentar un recurso ante la Audiencia Nacional por la “inacción” del Ministerio para la Transición Ecológica en esta materia.

En la misma línea, la Asociación de Municipios Ribereños de Entrepeñas y Buendía mostró su satisfacción por la resolución del Supremo y reclamó una modificación inmediata de las reglas de explotación del trasvase. “Esta es quizá la sentencia más dura del Tribunal Supremo para el Levante. Deja una cosa absolutamente clara y es que los caudales ecológicos del Tajo son obligatorios y están por encima del trasvase”, indicó el presidente de la asociación, Borja Castro.

En sentido contrario, el Gobierno de la Región de Murcia defendió a agricultores y regantes tras la sentencia del Tribunal Supremo y responsabilizó al Ejecutivo central del recorte previsto en el trasvase Tajo-Segura. El portavoz del Gobierno murciano, Marcos Ortuño, reclamó mantener las aportaciones hídricas al Segura y evitar lo que calificó de “hachazo” al trasvase.

Al término de la reunión del Consejo de Gobierno y a preguntas de los periodistas, Ortuño aseguró que la reducción de los envíos de agua responde a “una cuestión política” impulsada por el Ejecutivo central. Asimismo, exigió al delegado del Gobierno en la Región de Murcia, Francisco Lucas, y al PSRM-PSOE que pidan al presidente del Gobierno que “no recorte el trasvase” y que “no le dé un hachazo”.

“El Gobierno regional del presidente Fernando López Miras va a estar con los agricultores, va a estar con los regantes y, por tanto, va a estar con el futuro de nuestra región”, afirmó Ortuño. Por su parte, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha recalado que el Gobierno tratará de que los caudales ecológicos mínimos sean compatibles con el regadío, ya que ambos son “absolutamente fundamentales”.

# La campaña de cítricos andaluza se salda con una merma importante de producción

Entre el 30 y el 40% de la cosecha se perdió por las borrascas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de cítricos ha finalizado en Andalucía con una merma en la producción debido al tren de borrascas acontecidas entre los meses de diciembre y febrero y una bajada del precio en las variedades más tardías que ha hecho que a algunos agricultores no les salgan las cuentas. La campaña se ha visto afectada, además de por los daños causados por el temporal, por la guerra en Oriente Medio, ya que, debido al conflicto, Egipto ha derivado la fruta destinada al mercado asiático al europeo.

Salvador Fernández, responsable de Cítricos de COAG Andalucía, ha señalado que se ha tratado de una campaña con pérdidas para los agricultores de entre el 30 y el 40% de la cosecha debido a las borrascas.

El aforo de la Junta de Andalucía preveía 2,03 millones de toneladas de fruto, un 13,5% menos que la producción final de la pasada campaña y un 7,6% menos que la media de las últimas cuatro campañas. Sin embargo, y según las estimaciones de COAG Andalucía, la bajada de producción final será de un 40%. Aunque la tendencia es creciente, la producción estimada para

**La imposibilidad de recolección fue el daño más crítico, y a la caída masiva de frutos, se le sumaron síntomas de pudrición**

esta campaña era, ya en el mes de septiembre, la tercera más baja de los últimos diez años.

■ DAÑOS POR LAS BORRASCAS

Las pérdidas se produjeron sobre todo en las explotaciones cercanas a la vera de los ríos, que tiraron fruto y amenazaron la viabilidad futura de las explotaciones leñosas. La imposibilidad de recolección fue el daño más crítico, y a la caída masiva de frutos, se le sumaron síntomas generalizados de pudrición, con pérdidas que han oscilado entre el 35% y el 100% de la producción según la zona.

En Córdoba, las comarcas de La Sierra, Campiña Baja y Las Colonias presentaron escenarios críticos con más de 11.000 hectáreas afectadas. Una situación similar sucedió en las más de 10.000 hectáreas de la comarca de la Vega, en Sevilla.

En Cádiz, la combinación de vientos huracanados y el desbordamiento de cauces, como los ríos Guadiaro y Hozgarganta en el Campo de Gibraltar, mantuvo anegadas más de 1.200 hectáreas durante más de una semana, resultando en una pérdida del 100% de la producción y un riesgo de muerte del arbolado por asfixia radicular. En Málaga destaca la producción del Valle del Guadalhorce, donde se produjo bastante pudrición por encharcamiento prolongado.

En lo que se refiere a los precios, COAG Andalucía señala que la campaña empezó bien situándose los valores entre 35 y 40 céntimos por kilo, pero se esperaban cotizaciones mejores para la variedad Valencia, que suele subir al final de la campaña, y se han quedado sobre los 37 céntimos. “No han sido precios desastrosos, pero ha habido agricultores que han tenido pérdidas de producción del 50%, otros menos”, ha asegurado Salvador Fernández.

Por último, la organización agraria apunta que la interprofesional se encuentra ya constituida y aprobada por la Consejería de Agricultura. Acaba de finalizar el trámite de audiencia



Los agricultores confirman pérdidas entre el 30 y el 40% de la cosecha. / ARCHIVO

y ahora deberán analizarse las alegaciones en caso de haberse recibido alguna.

■ CÓRDOBA

En la provincia de Córdoba la campaña de cítricos ha concluido marcada por un descenso del 40% en la producción, en un ejercicio marcado por las borrascas acaecidas en Andalucía entre los meses de diciembre y febrero y la estabilización de la cotización para industria.

Asaja Córdoba ha participado en la última sesión de la mesa de cítricos de la Lonja de Cítricos de la Cámara de Comercio en la que se ha realizado un análisis de la campaña 2025-2026 en la Vega del Guadalquivir. En relación a los precios en origen de las naranjas, y a pesar del descenso de producción, la organización agraria señala que la demanda ha sido menor que la esperada, y las cotizaciones se han mantenido más o menos constantes tanto de fresco como de industria. La lonja ha finalizado con unas cotizaciones de 0,41-0,44 euros/kg

para la variedad Valencia Delta Calidad 1ª y de 0,35 euros/kg para la naranja de industria.

En el caso de la industria, el sector ha acogido con ilusión el anuncio de dos nuevos proyectos para la zona, por un lado, la unión de los productores de la Vega de naranja de industria en DCOOP y la compra de la fábrica de Zumosol y, por otro, el anuncio de García Carrión de abrir una fábrica en Fuente Palmera que, en ambos casos, deben contribuir a garantizar un precio justo y estable para la naranja destinada a zumo.

Otro de los aspectos que se analizaron fueron los efectos de las borrascas que azotaron Andalucía que ocasionaron numerosos destrozos y pérdidas en muchas explotaciones, y de los que se esperan las ayudas de las diferentes administraciones y el efecto en la próxima campaña. Al menos, “ha sido un año en el que las citadas borrascas han provocado que las dotaciones de riego previstas para este verano sean las normales”, indica Asaja Córdoba.

► ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

Las tormentas, inundaciones y otros eventos climáticos han provocado siniestros en más de 276.000 hectáreas de cultivo en el primer cuatrimestre del año, una cifra que representa un incremento del 82% respecto al mismo periodo del año anterior, según el último informe de Agroseguro hasta abril. No obstante, a pesar de esta subida, las indemnizaciones previstas por estos daños son muy similares a las del pasado ejercicio. En concreto, la entidad estima en 184,4 millones de euros el montante en indemnizaciones, un 1,8% más que en el periodo anterior.

El director general de Agroseguro, Sergio de Andrés, ha detallado que el año empezó “bastante revuelto” con las borrascas de enero y febrero, para seguir con una primavera borrasca y con tormentas de pedrisco. El cambio en el número de hectáreas obedece a que estos eventos han afectado a zonas con más cultivos extensos de cereales y de uva de vino, por ejemplo, en las dos castillas, ha explicado.

En cuanto a indemnizaciones previstas, de acuerdo al documento, los cultivos más afectados son frutales, hortalizas, cítricos, uva de vinificación, herbáceos, frutos rojos y frutos secos, con un total de 112,83 millones de euros.

El año arrancó con el enero más lluvioso de los últimos 25 años y una sucesión de borrascas

## Las hectáreas de cultivo siniestradas en el primer cuatrimestre suben un 82%

A pesar de la subida, las indemnizaciones previstas son muy similares a las del pasado ejercicio y se cifran en 184,4 millones

atlánticas dejó lluvias persistentes, vientos fuertes y episodios puntuales de pedrisco, afectando especialmente al valle del Guadalquivir, Andalucía interior, Castilla-La Mancha, Extremadura y amplias zonas del levante y sureste.

Aunque la mayoría de los cultivos leñosos se encontraban en reposo vegetativo y sufrieron daños limitados, sí resultaron afectadas aquellas producciones más expuestas o próximas a su fase de recolección: cítricos, hortalizas (alcachofa, patata, espinaca, brócoli y zanahoria), frutos rojos y plátano.

En febrero hubo una combinación de temperaturas inusualmente altas con un régimen de precipitaciones excepcionalmente húmedo, con especial incidencia en Andalucía de nuevo.

Durante marzo, se registraron tres episodios de marcada



Los cultivos más afectados son frutales, hortalizas, cítricos, uva de vinificación, herbáceos, frutos rojos y frutos secos. / ARCHIVO

inestabilidad atmosférica con lluvias torrenciales, tormentas eléctricas, episodios de granizo y rachas de viento intenso.

Llegó abril como un mes extremadamente cálido y, en términos generales, seco, aunque con una elevada inestabilidad

atmosférica que dio lugar a tormentas “convectivas intensas” y daños en varios cultivos.

También en lo que va de año se está percibiendo que los productores agrarios son cada vez más conscientes del riesgo de estos eventos y, por ello, se espera una nueva contratación de récord, según De Andrés.

Una de las líneas que más está creciendo es la de la ganadería, pues las cabañas están expuestas a enfermedades que están impactando como la peste porcina africana, la dermatosis nodular contagiosa en el vacuno o la gripe aviar. De hecho, el plan de seguros agrarios, cuyo convenio para ejecutarlo pasó el martes 12 de mayo por el Consejo de Ministros, incluye nuevas coberturas en enfermedades animales e incorpora, además, actuaciones para el perfeccionamiento técnico de las líneas de seguro.

También ha incluido estudios orientados a futuras mejoras, entre ellos los relacionados con enfermedades animales como la dermatosis nodular contagiosa, que apareció en España en octubre de 2025, y la peste porcina africana, con el fin de posibilitar su inclusión futura en el seguro para explotaciones de ganado vacuno y porcino, respectivamente, según detalló en su momento el Ministerio.

El Gobierno destina 315 millones para subvencionar la contratación de pólizas en el ejercicio 2026.

# La fincas con cubiertas vegetales y zonas refugio presentan una mayor biodiversidad funcional

El proyecto BioDiversity Grow detecta niveles muy altos de materia orgánica en el 40% de las parcelas analizadas y valores altos en otro 13,3%

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los primeros datos del proyecto piloto nacional de BioDiversity Grow apuntan a una mejora de los indicadores de biodiversidad funcional, suelo vivo y equilibrio biológico en fincas hortofrutícolas con cubiertas vegetales, setos, zonas refugio o vegetación natural adyacente.

El proyecto, iniciado en 2025 como “Monitoreo de los aspectos clave de la sostenibilidad estratégica y eficacia de los planes de acción en cultivos hortofrutícolas de España”, y que está previsto que se desarrolle hasta 2028, analiza la biodiversidad del campo español a partir de más de 30 indicadores científicos en más de 200 hectáreas de la Comunitat Valenciana, Andalucía, Región de Murcia y Aragón, con 18 productores participantes tras la incorporación de seis nuevos este año.

Estos primeros avances se presentaron el 19 de mayo en la Universitat Politècnica de València (UPV), en el marco de una jornada técnica internacional sobre biodiversidad y cadena agroalimentaria, que contó con la participación de representantes de BioDiversity Grow, Food for Biodiversity, UPV, Citrosol, AgroFresh y otros actores vinculados a sostenibilidad, estándares, producción agrícola y cadena de suministro.

## FAUNA AUXILIAR E INDICADORES DE SUELO VIVO

Aunque el proyecto ampliará muestra y campañas hasta 2028, los primeros datos recogidos en el campo sobre más de 30 indicadores científicos muestran tendencias relevantes en las parcelas analizadas. Entre ellas, una mayor presencia de fauna auxiliar y mejores índices de riqueza



Los primeros avances del proyecto se presentaron el 19 de mayo en la Universitat Politècnica de València (UPV). / BIODIVERSITY GROW

biológica en fincas con infraestructuras ecológicas como setos, zonas refugio o vegetación natural adyacente.

También se observan diferencias marcadas entre parcelas con cubiertas vegetales y manejos convencionales, especialmente en actividad del suelo y biodiversidad funcional. En las parcelas analizadas hasta el momento, el proyecto ha detectado valores elevados de materia orgánica en una parte significativa de la muestra: un 40% presenta niveles muy altos y un 13,3% niveles altos. En actividad enzimática, otro indicador asociado al suelo vivo, el 73,3% de las parcelas se sitúa en rangos de normalidad y un 20% alcanza valores altos.

## EL SUELO, EL GRAN INDICADOR INVISIBLE

La catedrática de Edafología y Química Agrícola de la UPV, María Dolores Raigón, subrayó durante la jornada que hablar de biodiversidad del suelo es hablar de “un elemento agronómico estratégico” para la producción agrícola, la retención de agua, la fertilidad y la mitigación del

cambio climático. “Sin biodiversidad en el suelo no hay salud del suelo”, señaló.

En algunas explotaciones con planes de mejora ya implantados se aprecia, además, una reducción progresiva del uso de materias activas químicas y primeros indicios de menor presión de determinadas plagas en contextos de mayor equilibrio ecológico.

## DATOS VERIFICABLES DEL CAMPO AL LINEAL

Durante la jornada se presentó BioDiversity Grow como una herramienta integral aplicada a biodiversidad, sostenibilidad y trazabilidad ambiental. La plataforma permite ordenar y comparar datos por campaña, zona, cultivo y tipología de manejo, con el objetivo de transformar la información recogida en campo en indicadores verificables y comparables para productores, técnicos, certificadoras y cadenas de distribución.

Carlos Martínez, portavoz de Quality & Adviser y BioDiversity Grow, explicó que la plataforma busca que “el dato de campo llegue con la lectura adecuada a cada eslabón de la cadena

alimentaria, sin duplicidades ni pérdidas de información, del campo al lineal”. Según señaló, el sistema permite trabajar con distintos perfiles —productores, técnicos, responsables de sostenibilidad, auditores, verificadores independientes, gestores comerciales y retailers— para que cada actor disponga de información útil según su función.

La plataforma genera informes por finca, cultivo y campaña, así como indicadores de evolución en biodiversidad, huella hídrica, carbono, suelo y reducción de fitosanitarios. También facilita reportes trazables para programas de compra responsable, certificaciones y estrategias ESG, en un contexto de crecientes exigencias europeas de memorias de sostenibilidad a partir de 2027.

## MEDIR BIODIVERSIDAD, AGUA, SUELO Y CLIMA

El piloto nacional se desarrolla en el marco de la ESS, norma de sostenibilidad de Global GAP, con la participación de Quality & Adviser, a través de BioDiversity Grow; Agraya, mediante ESS Global GAP; y Global Nature Fund, a través de Basis Set.

El programa experimental mide con criterios científicos la biodiversidad, el agua, el suelo y el clima en cultivos hortofrutícolas como cítricos, frutas de hueso, tomate, pimiento, pepino, melón, sandía, apio, lechuga o brócoli.

La Comunitat Valenciana concentra 117 hectáreas del proyecto, lo que la sitúa como territorio de referencia dentro del piloto por su peso en la evaluación ambiental de cultivos estratégicos para el sector hortofrutícola mediterráneo.

## JORNADA EN LA UPV

La jornada celebrada en la UPV reunió a expertos, investigadores, técnicos, productores y representantes del sector agroalimentario en torno a los nuevos retos de la biodiversidad, la sostenibilidad y la trazabilidad ambiental.

El encuentro contó con una apertura institucional a cargo de M<sup>a</sup> Àngels Ramón-Llin Martínez, directora general de Producción Agrícola i Ramaderia de la Conselleria d'Agricultura, Aigua, Ramaderia i Pesca.

El programa incluyó intervenciones de María Dolores Raigón Jiménez, catedrática de Edafología y Química Agrícola de la UPV; Jaime Prohens Tomás, catedrático del Departamento de Biotecnología de la UPV y director del Instituto Universitario de Conservación y Mejora de la Agrodiversidad Valenciana; Carina Mazzuz, socia y directora técnica de Quality & Adviser, SL y BioDiversity Grow; Ana Olmeda Zomeña, directora de Campo de BioDiversity Grow; Carlos Martínez, socio y director comercial de Quality & Adviser, SL y BioDiversity Grow; Celia Murciano, responsable de I+D en Microbiología de Productos en Citrosol; y Elena Sanchis Soler, responsable de formulación y desarrollo de productos en AgroFresh.

La sesión abordó, entre otros contenidos, la biodiversidad del suelo, la biodiversidad genética, los bancos de germoplasma, la reducción del desperdicio alimentario, las soluciones de postcosecha orientadas a mejorar la sostenibilidad ambiental y el uso de herramientas digitales para transformar datos de campo en información útil para el sector agroalimentario.

## JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Asociación para la Producción, Transformación y Comercialización del Tomate Rosa de Barbastro, con el apoyo del Ayuntamiento de dicha localidad oscense, celebró la XIV edición de la Fiesta del Plantero para reivindicar y ensalzar tan singular hortaliza y el trabajo de la huerta tradicional.

El acto central consistió en el reparto gratuito de 2.000 plantas de tomate rosa entre los presentes, dando comienzo así a la presente campaña en la que se espera, si el tiempo acompaña, superar los 2,5 millones de kilos.

Fue una jornada familiar y festiva que reunió a centenares de personas en la plaza del Mercado de Barbastro. La Fiesta del Plantero contó con la participación de viveros, floristerías y la implicación directa de hortelanos locales que acercaron al público el conocimiento y el valor de la huerta barbastrense.

La concejal de Desarrollo del Ayuntamiento de Barbastro, Silvia Ramírez, destacó el valor de

# Tomate Rosa de Barbastro reparte 2.000 plantas en la Fiesta del Plantero

esta iniciativa para preservar la identidad agrícola de la localidad. “La Fiesta del Plantero es una oportunidad para reconectar con nuestras raíces y reivindicar el trabajo de nuestros hortelanos y su emblemático Tomate Rosa de Barbastro”.

Añadió que “ver la gran acogida de esta jornada demuestra el interés por nuestros productos de proximidad y por mantener viva la tradición de la huerta.”

La programación incluyó una actividad divulgativa infantil centrada en la importancia de los polinizadores en la horticultura. El taller, impartido por FAGUS Formación, permitió construir un hotel de insectos de gran tamaño. Este se trasladará al huerto de la feria, donde actualmente se desarrolla el curso de horticultura ecológica.



Tomate Rosa de Barbastro / J. ORTEGA

Respecto a las previsiones, el presidente de la Asociación de Productores, Óscar Olivera, señaló que, en principio, se presenta una campaña “estable” con algo más producción, hasta superar

los 2,5 millones de kilos, porque la empresa Terra Agronómica del Grupo Correas ha aumentado la superficie de suelo respecto al año pasado.

Desde la primera campaña en 2009 hasta la última en 2025, la producción de Tomate Rosa de Barbastro ha sido de casi 24 millones de kilos. Por eso, lo normal es que este año se superen los 25 millones en 17 años.

La mayoría de los 15 productores, pertenecientes a la Asociación, han iniciado ya la campaña, cuyas tareas de cultivo y recolección se prolongarán hasta mitad de junio en que comenzará la venta. Es una buena noticia el incremento en las dos últimas campañas de la incorporación de jóvenes productores.

El Tomate Rosa de Barbastro está protegido por una marca

nacional de calidad registrada en 2014 para combatir el fraude y garantizar su autenticidad. Un año más tarde se registró como Variedad de Conservación en el Registro de Variedades Comerciales como consecuencia de los trabajos de caracterización realizados por el CITA junto al Gobierno de Aragón.

Según Olivera, “cada vez nos exigen más, tener una trazabilidad exquisita, cuaderno de campo al día porque viene la administración en cualquier momento a recoger muestras para análisis. Todo tiene que estar homologado para el cultivo”.

Sostiene que “la fidelidad de la clientela y de mercados no ha cambiado porque la calidad del producto no depende de la cantidad”.

El Tomate Rosa de Barbastro se define en tres palabras: “carinoso, jugoso, compacto”.

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 11 de abril al 17 de mayo de 2026, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	2,96
Otras Variedades	1,05
Albaricoque Bulida	S/C
Galta Roja	S/C
Moniqui	S/C
Otras Variedades	S/C
Cereza Stark Hardy Giant	2,50
Chirimoya Campas	3,20
Ciruela Angeleno	S/C
Coco en Seco	1,00
Dátil Medjoul	1,50
Otras Variedades	S/C
Fresa	S/C
Fresón Ventana	S/C
Candongá	6,50
Otras Variedades	S/C
Higo Seco	S/C
Kiwi Kiwigold	5,00
Otras Variedades	2,65
Pulpa Verde	1,85
Lima Mejicana	1,65
Limón Otras Variedades	S/C
Fino o Primafiori	S/C
Mandarina Otras Variedades	S/C
Mango Tommy Atkins	1,55
Manzana Fuji	S/C
Golden	1,05
Pink Lady	2,00
Royal Gala	S/C
Otras Variedades	1,60
Melón Piel de Sapo	S/C
Naranja Lane Late	0,60
Navel	S/C
Navel Late	S/C
Valencia Late	1,05
Navelina	S/C
Níspero Otras Variedades	S/C
Nuez	3,25
Papaya Papayón	2,40
Pera Agua o Blanquilla	S/C
Conferencia	S/C
Otras Variedades	S/C
Piña Africana	S/C
Golden Sweet	1,40
Otras Variedades	1,30
Plátano Americano o Banana	1,10
Banana Otras Variedades	1,20
De Canarias	1,05
Macho	2,10
Otras Variedades	S/C
Pomelo Rojo	S/C
Resto de Frutas	S/C
Sandía Otras Variedades	S/C
Uva Blanca Otras Variedades	1,40
Negra Otras Variedades	2,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas	0,90
Otras Variedades	S/C
Ajo Blanco	S/C
Morado	S/C
Otras Variedades	S/C
Tierno o Ajete	S/C
Alcachofa Blanca de Tudela	S/C
Otras Variedades	S/C
Violeta	S/C
Apio Verde	0,90
Apionabo	0,85
Berenjena Morada	S/C
Otras Variedades	S/C
Boniato o Batata	S/C
Brócoli o Brocoli o Brécol	2,00
Torre o Romanescu	S/C
Calabacín Blanco	S/C
Verde	S/C
Otras Variedades	S/C
Calabaza de Invierno	S/C
Otras Variedades	S/C
De Verano	S/C
Cardo	1,00

Cebolla Blanca Dulce Fuentes Ebro	S/C
Calçots	S/C
Francesa o Echalote	S/C
Grano de Oro o Valenciana	S/C
Morada	S/C
Otras Variedades	S/C
Recas o Similares	S/C
Cebolleta Tierna	3,50
Chirivía	1,00
Col Hojas lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	0,60
Otras Variedades	1,30
Repollo Hojas Rizadas	1,50
Coliflor	1,50
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Frisée	S/C
Espárrago Verde o Triguero	S/C
Otras Variedades	S/C
Espinaca	1,00
Guisante	S/C
Haba Verde o Habichuela	S/C
Hinojo	S/C
Hortalizas IV Gama	S/C
Jengibre	1,75
Judía Verde Fina	4,74
Verde Otras Variedades	8,00
Verde Perona	3,00
Verde Elda	8,51
Lechuga Cogollo	1,80
Hoja de Roble	2,10
Iceberg	1,50
Lollo Rosso	2,10
Otras Variedades	0,90
Romana	0,85
Maíz o Millo	1,05
Nabo	0,90
Ñame o Yame	4,00
Pepino Corto o Tipo Español	S/C
Largo o Tipo Holandés	S/C
Otras Variedades	S/C
Perejil	0,80
Pimiento Otras Variedades	1,55
Amarilla California	2,00
Rojo California	1,65
Rojo Lamuyo	1,90
Rojo Najerano	2,50
Verde Italiano	2,89
Verde Padrón	5,13
Puerro	3,50
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	1,05
Resto de Hortalizas	0,80
Seta Champiñón	2,70
Chircola o Chopo	2,60
Otras Variedades	5,50
Tomate Asurcado Verde Raf	5,16
Cherry	2,50
Kumato	0,68
Liso Rojo Daniela / Long Life/	
Royesta	1,78
Liso Rojo Pera	1,25
Liso Rojo Rama	1,60
Liso Rojo Tipo Canario	3,22
Liso Verde Rambo	2,30
Otras Variedades	2,36
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,50
Zanahoria o Carlota en Rama	1,16
Nantesa	0,80
Otras Variedades	0,70
PATATAS	Euros/kg
Blanca Agría (Granel)	0,65
Blanca Monalisa (Granel)	0,90
Blanca Spunta (Confec)	0,70
Blanca Spunta (Granel)	0,68
Blanca Otras Variedades (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Granel)	2,20

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 21 de mayo de 2026, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,85
Aguacate	3,50
Almendra	9,20
Pomelo	1,20
Avellana	7,00

Kaki	4,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,80
Cerezas	4,00
Cocos	1,25
Membrillo	1,10
Dátiles	3,50
Feijoa	8,00
Higo	9,70
Higos Chumbos	4,00
Frambuesa	13,50
Grosellas	22,00
Kiwis	2,80
Lichis	4,30
Lima	1,35
Limón	1,20
Fresa	2,80
Fresón	2,80
Granada	3,80
Mandarina Clementina	2,00
Haba Verde o Satsuma	2,00
Otras	2,00
Mangos	2,80
Maracuyá	7,50
Melón Galia	1,35
Amarillo	2,00
Verde Perona	1,70
Otros	1,35
Moras	16,00
Nashi	1,85
Nectarina Blanca	2,60
Amarilla	2,60
Níspero	3,00
Nueces	8,00
Olivas	1,80
Papayas	3,30
Pera Blanquilla	1,85
Verano	2,75
Invierno	1,50
Temprana	1,00
Piña	1,45
Pitahaya	6,00
Plátanos Canario	2,20
Rojo California	1,10
Manzana Bicolor	1,30
Amarilla	1,30
Verde	1,40
Roja	1,50
Otras	1,35
Melocotón Amarillo	2,35
Rojo Pulpa Blanca	2,75
Rojo Pulpa Amarilla	4,00
Ciruela	2,80
Uva Blanca	4,00
Negra	3,00
Rambután	18,00
Sandía Con semilla	1,10
Sin semilla	1,10
Naranja	1,00
Chirimoya	2,50
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,00
Redonda	1,00
Ajo Seco	3,50
Tierno	1,00
Apio	0,75
Acelgas	0,60
Batata	1,45
Borrajá	0,60
Brócoli	1,20
Brécol	1,80
Calçots	0,14
Calabaza	0,70
Calabacín	0,80
Cardo	1,10
Alcachofa	0,80
Cebolla Seca	0,40
Figueras	1,20
Tierna	1,10
Pepino	0,70
Col Repollo	1,35
Bruselas	2,25
Lombarda	0,50
China	2,20
Coliflor	1,60
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,50

Larga	0,80
Otras	0,85
Endivia	1,20
Escarola	1,00
Espárragos Blancos	9,50
Verdes	4,00
Espinaca	0,90
Haba	1,40
Hinojo	1,05
Perejil	0,60
Judía Bobi	4,50
Perona	5,20
Fina	4,50
Otras	2,25
Nabo	0,80
Zanahoria	0,90
Patata Blanca	0,40
Temprana	0,72
Roja	0,72
Pimiento Lamuyo	1,45
Verde	1,15
Rojo	2,60
Guisante	4,50
Puerro	1,10
Rábano	0,55
Remolacha	1,10
Tomate Maduro	1,45
Verde	1,40
Chirivía	1,15
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,25
Rovellón-Niscalco	15,00
Champiñón	2,55
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de mayo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00-1,75
Chirimoyas	S/C
Cerezas	4,50
Fresones	2,75-2,70
Limones	2,00
Manzana Golden	1,10
Roja	S/C
Starking	S/C
Naranja Navel	1,10-1,20
Nísperos	2,75
Pera Blanquilla	S/C
Sandías	1,00-0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa	1,20
Lechuga	0,58-0,62
Cebolla	0,65
Espárrago	1,10-1,30
Coliflor	S/C
Judías Verdes Perona	5,00-4,50
Patatas Calidad	0,30
Primor	0,65
Pimientos Verdes	1,50
Tomate Maduro	1,00-1,05
Tomate Verde	1,80-1,70
Zanahorias	S/C

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 18 al 22 de mayo de 2026, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	5,41
Fuerte	4,84
Otras Variedades	3,45
Albaricoque Moniqui	3,65
Otras Variedades	5,95
Chirimoya Otras Variedades	3,70
Ciruela Otras Familia Black	4,45
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	4,45

Medjool	S/C
Otras Variedades	S/C
Fisalis Otras Variedades	S/C
Fresa	9,95
Fresón Otras Variedades	10,00
Granada Otras Variedades	3,65
Guayaba Otras Variedades	4,45
Higo Chumbo	2,95
Seco	S/C
Kaki Otras Variedades	2,95
Kiwi Kiwigold	6,45
Pulpa Verde	4,95
Limón Fino o Primafiori	1,76
Otras Variedades	2,15
Verna	2,15
Mandarina Clemenlate	2,37
Ortanique	3,20
Mango Haden	S/C
Tommy Atkins	S/C
Manzanas Fuji	2,85
Golden	2,15
Royal Gala	2,13
Granny Smith	1,90
Otras Variedades	2,05
Starking o Similares	1,90
Reineta	2,35
Melocotón Baby Gold Amarillo	S/C
Merryl y Elegant Lady	S/C
Otras Variedades	S/C
Melón Piel de Sapo	1,94
Amarillo	S/C
Galia	4,15
Otras Variedades	1,35
Naranja Valencia Late	1,60
Lane Late	1,50
Navel	1,60
Navelina	S/C
Otras Variedades	1,60
Navel Late	1,60
Nectarina Carne Blanca	S/C
Otras Variedades	S/C
Níspero Algerie o Argelino	3,79
Nuez	S/C
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,95
Papayón (2-3 kg/ud)	1,75
Otras Variedades	S/C
Paraguay Otras Variedades	4,20
Pera Conferencia	2,05
Ercolini / Morettini	3,75
Otras Variedades	2,85
Limonera	2,45
Agua o Blanquilla	S/C
Piña Golden Sweet	8,45
Africana	S/C
Pitaya Amarilla	S/C
Plátanos Canarias Primera	1,33
Canarias Segunda	1,11
Extra	1,80
Pomelo Rojo	1,20
Amarillo	1,75
Rambután	S/C
Sandía Sin Semilla	1,37
Con Semilla	1,55
Uva Sin Semilla Negra	S/C
Sin Semilla Blanca	S/C
Blanca Otras Variedades	3,65
Negra Otras Variedades	3,73
Red Globe	S/C
Zapote	S/C
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Rizadas Lyon	2,75
Hojas Lisas Verde	S/C
Ajo Blanco	3,55
Morado	S/C
Tierno o Ajete	2,35
Otras Variedades	S/C
Alcachofa Blanca de Tudela	1,85
Otras Variedades	S/C
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Amarillento	S/C
Berenjena Morada	1,09
Otras Variedades	S/C
Berros	2,45
Boniato o Batata	2,61
Brócoli, Brecol o Brócoli	3,45
Calabacín Blanco	1,15

## MERCADOS NACIONALES

## 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 11 al 17 de mayo de 2026. Precios origen. Semana 20/2026.

## PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

La campaña de compras se da por finalizada en Valencia y Castellón, mientras que en la Vega Baja se han realizado las últimas transacciones de Navel Powell y Valencia Late. La demanda de naranja ha disminuido en los últimos compases de la campaña, si bien las cotizaciones en campo de las últimas compras apenas han experimentado variaciones respecto a la semana anterior. En cuanto al limón, la campaña de la variedad Verna en la Vega Baja progresa con aproximadamente un 75 % del volumen comercializado y un 60 % ya recolectado. Los precios se han mantenido estables en comparación con la semana anterior y se sitúan claramente por encima de los registrados en el mismo periodo de las dos campañas precedentes.

## 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.

Verde	2,75
Calabaza De Verano	1,25
De Invierno	1,21
Otras Variedades	S/C
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,03
Morada	1,22
Recas	1,15
Tierna	0,95
Chirivía	S/C
Col China o Pekinensis	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	0,95
Repollo Hojas Rizadas	0,51
De Bruselas	S/C
Coliflor	3,05
Endivia	2,25
Escarola Rizada o Friséé	1,31
Espárrago Verde o Triguero	2,40
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	3,45
Haba Verde o Habichuela	6,95
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	2,78
Verde Otras Variedades	4,27
Verde Elda	4,45
Laurel	1,05
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,55
Maíz o Millo	1,16
Nabo	S/C
Pepino Largo o Tipo Holandés	1,50
Tipo Español	1,65
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	2,55
Rojo Lamuyo	2,16
Verde Italiano	3,15
Verde Padrón	3,95
Otras Variedades	2,15
Rojo California	S/C
Verde Cristal	S/C
Noras secas	S/C
Puerro	1,17
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	3,95
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	2,05
Liso Rojo Canarias	1,75
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,93
En Rama	S/C
Jengibre	4,35
Ñame	S/C
Oca o Quimbombó	S/C
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
IV Gama	S/C
Resto Hortalizas	0,80
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Blanca Spunta Granel	1,45
Otras Variedades Granel	0,95
Blanca Otras Variedades Granel	1,45
Roja Otras Variedades Granel	1,45

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de mayo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,71
Chirimoyas	S/C
Cerezas	8,14
Fresones	2,50
Limones	1,58
Mandarinas	S/C

Manzana Golden	1,94
Melón Piel de Sapo	2,38
Naranja Navel	1,50
Nísperos	4,63
Pera Blanquilla	2,15
Sandías	1,48
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Alcachofa	1,72
Lechuga	0,89
Cebolla	0,46
Espárragos	7,04
Coliflor	S/C
Judías Verdes Perona	4,03
Patatas Calidad	0,35
Primor	0,72
Pimientos Verdes	1,77
Tomate Maduro	S/C
Tomate Verde	1,56
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 18 de mayo de 2026, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguate Fuerte	3,50
Hass	3,10
Otras Variedades	2,30
Albaricoque Otras Variedades	1,25
Cereza Otras Variedades	2,50
Chirimoya Otras Variedades	3,50
Ciruela Otras Familia Black	2,50
Malleras	6,00
Coco en Seco	0,90
Datil Deglet Nour	3,50
Medjool	9,00
Otras Variedades	3,50
Fisalis Otras Variedades	6,00
Fresón Otras Variedades	3,00
Granada Mollar	S/C
Grosella Roja	S/C
Guayaba o Cas	4,00
Otras Variedades	3,50
Higo Chumbo	S/C
Seco	S/C
Kaki Rojo Brillante o Persimón	S/C
Kiwi Pulpa Verde	4,15
Otras Dulce	6,50
Otras Variedades	4,00
Lima Mejicana	2,00
Otras Variedades	2,50
Limón Fino o Primafiori	S/C
Verna	1,10
Rodrejo	0,80
Mandarina Hermandina	S/C
Otras Variedades	3,00
Ortanique	S/C
Mango Haden	2,25
Tommy Atkins	2,80
Otras Variedades	2,50
Manzana Golden	1,20
Starking o Similares	1,30
Granny Smith	1,60
Royal Gala	1,60
Fuji	1,50
Pink Lady	2,20
Verde Doncella	2,50
Reineta	1,90
Melocotón Fresquilla o Pavia	1,25
Calanda	2,20
Otras Variedades	3,50
Melón Piel de Sapo	1,50
Galia	2,80
Membrillo Común	S/C
Naranja Valencia Late	0,75
Navel Late	0,90
Lane Late	0,80

Otras Variedades	1,00
Nectarina Otras Variedades	2,30
Níspero Otras Variedades	2,50
Nuez Nacional	3,75
Papaya Otras Variedades	2,80
Paraguayo Otras Variedades	2,00
Pera Ercolini / Morettini	3,50
Conferencia	1,45
Agua o Blanquilla	2,00
Limonera	S/C
Piña Africana	1,20
Golden Sweet	1,40
Pitaya Amarilla	S/C
Plátano de Canarias Extra	2,00
De Canarias 1	1,60
De Canarias 2	1,40
Otras Variedades	S/C
Americano o Banana	1,10
Macho	2,50
Pomelo Rojo	0,90
Otras Variedades	S/C
Rambután	8,00
Sandía Sin Semilla	0,80
Con Semilla	1,00
Uva Sin Semilla Negra	4,00
Sin Semilla Blanca	4,50
Tamarindo	4,50

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas Verde	0,75
Ajo Blanco	3,60
Tierno o Ajete	4,50
Morado	3,70
Otras Variedades	3,60
Alcachofa Blanca de Tudela	2,00
Otras Variedades	0,60
Apio Verde	0,80
Berenjena Morada	0,70
Otras Variedades	1,20
Boniato o Batata	0,90
Brocoli o Brocoli o Brecol	1,40
Calabacín Verde	1,00
Blanco	1,10
Calabaza de Verano	0,95
De Invierno	3,50
Otras Variedades	S/C
Cardo	S/C
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,70
Babosa	0,50
Morada	0,90
Recas y Similares	1,80
Blanca Dulce de Ebro	1,80
Francesa o Echalote	1,70
Otras Variedades	0,55
Tierna	0,75
Calçots	S/C
Chirivía	1,60
Col Repollo de Hojas Rizadas	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	0,70
De Bruselas	S/C
De Hojas Lisas	S/C
Coliflor	2,25
Endivia	2,80
Escarola Rizada o Friséé	1,40
Lisa	1,40
Espárrago Verde o Triguero	3,20
Espinaca	1,20
Guindilla Verde	2,25
Roja	3,00
Guisante	S/C
Haba Verde o Habichuela	1,80
Judía Verde Fina	9,00
Verde Bobby	1,80
Verde Perona	2,00
Laurel	1,00
Lechuga Romana	1,25
Iceberg	1,00
Cogollo	1,50
Hoja de Roble	1,20
Lollo Rosso	1,20
Otras Variedades	0,40
Maíz o Millo	1,50
Nabo	1,20
Pepino Corto o Tipo Español	0,80
Perejil	0,80
Pimiento Verde Italiano	1,30
Rojo Lamuyo	1,10
Amarillo Tipo California	1,00
Verde Cristal	1,00
Rojo California	1,15
Verde Padrón	2,75
Noras Secas	18,00
Puerro	1,80
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,80
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	4,00
Shii-Take	5,00
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life / Royesta	1,00
Liso Rojo Rama	1,20
Liso Rojo Pera	0,75

Cherry	2,25
Liso Verde Rambo	1,00
Liso Rojo Tipo Canarias	0,80
Asurcado Verde Raf.	3,00
Liso Verde Mazarrón	1,00
Kumato	2,90
Otras Variedades	1,20
Muchamiel	S/C
Zanahoria en Rama	2,70
Nantesa	0,90
Jengibre	3,50
Ñame o Yame	1,70
Oca o Quimbombó	3,00
Tamarillo Otras Variedades	4,00
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,25
Hortalizas IV Gama	4,80

PATATAS	Euros/kg
Blanca Liseta Granel	0,60
Blanca Liseta Confec	0,60
Nuevas	0,90
Blanca Spunta Confec	0,65
Blanca Agría Granel	0,65
Blanca Agría Confec	0,65
Roja Otras Variedades Confec	0,90
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 14 de mayo 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.	

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	6,12
Largueta	5,50
Comuna	5,03
Ferragnes	5,29
Garrigues	5,29
Guara	5,14
Ramillete	5,28
Comuna Ecológica	7,16

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 24 de mayo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por Mercasevilla.

FRUTAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hoja Rizada	1,00
Achicoria	3,50
Aguate Fuerte	4,18
Hass	4,07
Otras Variedades	3,90
Ajo Morado	3,35
O.V.	5,20
Tierno o Ajete	10,40
Albaricoque O.V.	2,36
Alcachofa Blanca de Tudela	1,20
Almendra	4,40
Apio Verde	1,27
Apionabo	1,60
Berenjena Morada	1,04
O.V.	1,40
Boniato o Batata	1,54
Brócoli o Brécol	1,82
Torre o Romanescu	1,40
Cacahuete	2,75
Calabacín Blanco	0,80
Verde	0,92
O.V.	2,20
Calabaza de Verano	0,79
Otras Variedades	0,82
Kaki O.V.	S/C
Rojo o Persimon	S/C
Sharoni	4,50
Carambola	8,00
Cardo	1,80
Cebolla Babosa	0,62
Blanca Dulce	1,06
Francesa / Echalote	4,20
Grano de Oro Valenciana	0,25
Morada	0,96
Tierna	1,02
O.V.	1,19
Cereza O.V.	5,00
Picota	6,30
Chirimoya O.V.	3,33
Chirivía	1,85
Ciruela Golden Japan	3,20
O.V.	2,70
Santa Rosa	2,35
Coco O.V.	1,05
Col China o Pekinensis	1,60
De Bruselas	1,85
Lombarda o Repollo Rojo	0,80
Ropollo Hoja Rizada	0,60
Coliflor	1,22
Dátil O.V.	6,75
Endivia	1,30
Roja	2,50
Escarola O.V.	2,00

Espárrago Blanco	11,00
S. C.	8,09
Triguero	6,00
Espinaca	1,00
Fresa	3,70
Fresón	2,58
Frambuesa	13,52
Granada	3,20
Grosella	28,72
Guayaba	8,00
Guisante	4,25
Tirabeque / Bisal	10,50
Haba Verde / Habichuela	1,60
Higo Brevia	8,00
Chumbo	8,57
Hinojo	1,85
Jengibre	2,32
Judía Verde Bobby	2,75
Verde Fina	3,25
Verde Helda	3,50
Verde Perona	3,00
Kiwi Kiwigold	5,12
O.V.	3,20
Pulpa Verda	3,21
Laurel	0,85
Lechuga Batavia	0,94
Cogollo	1,17
Hoja de Roble	0,92
Iceberg	0,62
Lollo Rosso	1,00
O.V.	1,85
Romana	0,70
Lima O.V.	2,44
Limón Eureka	1,50
Fino o Primafiori	1,60
O.V.	1,10
Verna	1,53
Mandarina O.V.	1,00
Clemenvilla Ono	1,20
Ortanique	1,00
Mango	3,71
Mangostan	11,00
Manzana Fuji	1,55
Golden	1,90
Granny Smith	1,80
O.V.	2,22
Pink Lady	1,85
Reineta	1,85
Royal Gala	1,74
Starking	1,70
Melocotón Merry Elegant Lady	2,30
Baby Gold Amarillo	3,28
Melón Amarillo	0,85
Galia	1,38
O.V.	1,70
Piel de Sapo	1,90
Mora	14,40
Nabo Similares	1,00
Naranja Lane Late	0,91
Navel Late	0,80
O.V.	1,00
Salustiana	0,70
Valencia Late	0,80
Nectarina O.V.	1,82
Níspero	2,56
Nuez	4,80
Papaya O.V.	3,18
Paraguayo Platereta	4,00
O.V.	2,46
Patata Blanca Agría Granel	0,80
Blanca Granel Confec	0,36
Calidad Monalisa	0,98
Nueva Confec	0,74
Roja Granel Confec	0,72
Pepino O.V.	0,86
Pera Agua o Blanquilla	2,00
Conferencia	1,89
Decana del Comicio	2,30
Ercolini / Morettini	2,50
Limonera	2,00
O.V.	2,80
Passacrassana	1,85
Perejil	0,60
Pfifalís	11,20
Pimiento Amarillo California	2,22
O.V.	5,90
Rojo California	1,13
Rojo Lamuyo	1,67
Verde Cristal	1,50
Verde Italiano	0,84
Piña	1,50
Pitaya	6,46
Plátano	2,02
Americano o Banana	1,08
Pomelo Amarillo	1,45
O.V.	1,35
Rojo	1,30
Puerro	1,14
Rábano y Rabanilla	0,94
Rambután	8,25
Remolacha Común o Roja	0,80

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 20, del 11 al 17 de mayo 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>		
NAVEL		
Navel Powell	0,50-0,60	Alicante
Navel Powell	S/C	Castellón
Navel Powell	S/C	Valencia
Navel Powell	S/C	L. Valencia
BLANCAS		
Valencia Late	0,40-0,55	Alicante
Valencia Late	S/C	Castellón
Valencia Late	S/C	Valencia
Valencia Late	0,25-0,45	L. Valencia
Midknight	S/C	Alicante
Midknight	S/C	Castellón
Midknight	S/C	Valencia
Midknight	S/C	L. Valencia
LIMÓN		
Limón Fino	S/C	Alicante
Limón Verna	0,80-1,00	Alicante
POMELO		
Pomelo Rojo	S/C	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Albaricoque		
Temprano	1,05-1,10	Valencia
Cereza Burlat	3,13-4,35	Alicante
Melocotón Extratemprano	0,70-1,20	Valencia
Paraguayo	1,10-2,25	Valencia
Nectarina Amarilla	0,90-1,55	Valencia
Níspero Algar	2,20	Alicante

HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ajo		
Puerro	0,70	Alicante
Tierno (garba)	1,98-2,20	Valencia
Alcachofa		
Consumo Fresco	S/C	Alicante
Consumo Fresco	0,50-0,55	Castellón
Consumo Fresco	S/C	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,80	Alicante
Industria Corazones	0,25-0,40	Alicante
Industria Troceado	0,25-0,30	Valencia
Apio Verde	0,34-0,55	Alicante
Berenjena Rayada	0,60-1,03	Alicante
Boniato Rojo	S/C	Alicante
Calabacín	0,34-0,86	Alicante
Calabacín	0,50-0,60	Castellón
Calabacín	0,70-0,79	Valencia
Blanco	1,30-1,45	Castellón
Calabaza Redonda	S/C	Castellón
Tipo Cacahuete	0,35-0,52	Alicante
Tipo Cacahuete	S/C	Castellón
Cebolla Babosa	0,34-0,56	Alicante
Tierna	S/C	Valencia
Spring	0,47	Castellón
Spring	0,24-0,35	Valencia
Col		
Lombarda	0,40-0,45	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,26-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	S/C	Castellón

Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,45-0,60	Castellón
Brócoli	S/C	Alicante
Brócoli	S/C	Castellón
Coliflor Blanca	0,49-0,79	Alicante
Blanca	0,70-0,80	Castellón
Blanca	0,76-0,87	Valencia
Judía Blanca	4,25-5,95	Castellón
Verde Boby	2,11-4,30	Alicante
Verde Perona	3,40-4,25	Castellón
Roja	5,10	Castellón
Guisantes		
Verdes Grano	S/C	Alicante
Haba Muchamiel	S/C	Alicante
Muchamiel	S/C	Castellón
Lechuga		
Romana	0,25-0,39	Castellón
Romana	0,22-0,31	Valencia
Maravilla	0,33-0,55	Castellón
Trocadero	0,36-1,50	Castellón
Patata		
Blanca	0,36-0,69	Alicante
Blanca	S/C	Castellón
Blanca	0,33-0,53	Valencia
Pepino Blanco	0,60-0,99	Alicante
Blanco	0,85-0,90	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,50-1,02	Alicante
California Rojo	0,50-1,02	Alicante
California Verde	0,60-1,05	Alicante

Lamuyo Rojo	0,50-1,02	Alicante
Industria	0,30	Alicante
Lamuyo Verde	0,40-1,08	Alicante
Tomate Acostillado	0,75-1,51	Alicante
Raff	0,85	Castellón
Cherry	1,70-2,20	Castellón
Daniela	0,57-1,20	Alicante
Redondo Liso	S/C	Castellón
Redondo Liso	1,10-1,76	Valencia
Valenciano	1,70-1,90	Castellón
Valenciano	1,76-2,50	Valencia
Zanahoria	S/C	Alicante
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,46-4,76	Alicante
Comuna	4,90-5,00	Castellón
Largueta	4,76-5,36	Alicante
Marcona	5,41-6,01	Alicante
Marcona	5,40-6,00	Castellón
Plantea	4,46-4,76	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	3,00-3,70	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	4,00-4,15	Castellón
Oliva Virgen Extra	4,35-4,44	Castellón
Garrofa		
Entera	0,30-0,36	Castellón

Resto de Hortalizas	4,35
Sandía Con Semilla	0,94
Sin Semilla	1,19
Seta Champiñón	2,90
Hongo Boletus Edulis	10,50
Hongo O. V	4,00
Shiitake	7,45
Tamarindo	6,48
Tomate Cherry	2,30
Liso Rojo Daniela	1,15
Rojo Pera	1,01
Rojo Rama	0,92
Liso Verde Rambo	1,27
O.V	3,76
Uva Blanca O.V	S/C
Negra O.V	S/C
Red Globe Roja	2,80
Sin Semilla Blanca	4,978
Sin Semilla Negra	3,75
Zanahoria O. V.	0,92

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de mayo de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,50-3,80
Cerezas	6,50-5,50
Fresones	2,70-2,50
Limones	1,50-1,40
Manzana Golden	0,90-0,95
Melón Piel de Sapo	1,80-1,40
Naranja Navel	0,60
Nísperos	2,10
Pera Blanquilla	1,50-1,10
Sandías	1,10-1,00
HORTALIZAS	
Alcachofa	0,90-0,80
Lechuga	0,80-0,75
Cebolla	0,50
Espárragos	6,00-5,00
Judías Verdes Perona	2,70-3,60
Patatas Calidad	0,40-0,35
Primor	0,80-0,65
Pimientos Verdes	1,40-1,10
Tomate Maduro	1,00
Tomate Verde	1,40-1,20

## Pizarra Precios Almería

Información de la Pizarra de Precios de Almería, del 23 de mayo de 2026. Información facilitada por Asaja Almería.

FRUTAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Pimiento	
California Verde	0,53
California Rojo	0,67
California Amarillo	0,71
Lamuyo Verde	1,05
Lamuyo Rojo	2,06
Italiano Verde	0,60
Tomate Suelto	0,65
Rama	0,52
Pera	0,68
Berenjena Larga	0,32
Calabacín Fino	0,55
Pepino Almería	0,26

## Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 12 de mayo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CITRICOS	Euros/Tm
NARANJA	
Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 1	S/O
Navel Powell, Barfield	
y Chislet Calidad 2	S/O
Valencia Delta Calidad 1	0,41-0,44
Calidad 2	0,34-0,40
Mandarina Híbrida Tango	S/O
Industria Grupo Navel,	
Blanca y Salustiana	0,35
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.

Última sesión de esta campaña. Mercado con muy poca actividad y operaciones por falta de fruta. Se deja de cotizar la naranja Navel Powell, Barfield y Chislet calidad 1 y 2. Ligera bajada de la naranja Valencia Delta calidad 2 y de la horquilla inferior de la calidad 1. Repetición de la cotización de industria. La parte superior de las horquillas se corresponde a calibres altos y extras. Última sesión de la campaña.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 19 de mayo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	256,00
Grupo 2	248,00
Grupo 3	234,00
Grupo 4. A	238,00
Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Grupo 5	S/O

OTROS PRODUCTOS	Euros/Tm
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

Próxima sesión 2 de junio de 2026. Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 19 de mayo de 2026. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía Monovarietal	S/C
Soleta	5,35

Belona	5,75
Lauranne	5,25
Guara	5,25
Antoñeta	S/O
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 2 de junio de 2026.

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 20 de mayo 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	215,00
FORRAJES	
Alfafa Paquete Rama	S/C
Paquete Deshidratado	S/C
Paja 1ª Cebada	42,00
Veza Forraje de 1ª	S/C
Forraje	S/C

ALUBIAS	Euros/Tm
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	Euros/Tm
Girasol	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
PATATAS	
Agria	120,00
Jaerla	S/C
Kennebec	300,00
Red Pontiac	250,00
Red Scarlet	100,00
Yona	100,00

Los mercados internacionales de los cereales llevan una semana revueltos con grandes oscilaciones en las cotizaciones, pero con un carácter alcista, las previsiones de hundimiento de producción en EE.UU, la recuperación del dólar, la menor superficie en Europa y que puede ser más acusada en España, junto a la posible venta de cereales estadounidense a China tensan la cuerda. Pero una cosa son los datos macroeconómicos y otra cosa es trasladarlos al físico de ventas al agricultor, las empresas de piensos están cubiertas y analizan toda esta información sin prisa y solo entrarán a presionar al mercado si en la nueva cosecha se encuentran precios caros en los puertos y quieran po-

sicionarse antes que la competencia. Por lo tanto, en la sesión de la lonja de León celebrada hoy repetición de precios en todas las categorías de cereales de invierno. En cuanto al maíz en la provincia de León se están completando las siembras que estaban paralizadas por las lluvias y en los próximos días se dará por finalizada dicha labor, se estima una superficie similar a la de la pasada campaña que fue de 75.000 hectáreas. Se pueden consultar los precios en la página web de la lonja [www.lonjaleon.es](http://www.lonjaleon.es).

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 18 de mayo 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	Sin existencias
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	Sin existencias
Valencia Late	0,35
GRUPO MANDARINAS	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí,	
Orogrós y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arufatina	Sin existencias
Clemenules y Orogrande	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
Sando	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemerville	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Leanri	Sin existencias
Nardocott	Sin existencias
Ortanique	Sin existencias
Ori	Sin existencias
ARROCES	
CÁSCARA	
J. Sendra, disp. Valencia	S/C
Monsianell, disp. Valencia	S/C
Guadamar, disp. Valencia	S/C
Gladio, disp. Valencia	S/C
Provincia, disp. Valencia	270,00

Puntal	365,00-370,00
Bomba, disp. Valencia	S/C
Albufera, disp. Valencia	S/C
Precios por tonelada, según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia,	
Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro, disp. Valencia	200,00-210,00
Medianos Corrientes,	
disp. Valencia	350,00-360,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	480,00-500,00
GARROFAS Y DERIVADOS	
Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	380,00-400,00
Zona Alicante	S/C
Zona Castellón	Sin Operaciones
Zona Tarragona	S/C
Zona Murcia	Sin Operaciones
Zona Ibiza	Sin Operaciones
Zona Mallorca	Sin Operaciones
Precios por tonelada, a granel, según rendimientos	
Troceada Integral, disp. orig.	S/C
Troceada sin Harinadisponible origen	S/C
Troceado Fino, disp. origen	S/C
Garrofin,	
disp. origen	2,50-2,90
PATATAS	
Euros/Tm	
Agria, origen España,	
disp. Val	420,00
Roja, origen España,	
disp. Val.	500,00
Nueva, org. Salamanca y Valladolid,	
disp. Valencia	220,00
Lavada, origen Francia,	
disp. Valencia	420,00
Francesa Elodie o similares,	
disp. Valencia	

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cooperativas Agro-alimentarias de España entregó el 21 de mayo los galardones de la 11ª edición de sus premios anuales en el marco de la Asamblea General celebrada en Madrid. Un evento que contó con la participación del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

Estos premios reconocen las mejores prácticas del cooperativismo agroalimentario en ámbitos como la innovación, la sostenibilidad, el desarrollo rural y la igualdad de oportunidades. “Son una forma de mostrar a la sociedad el papel esencial del cooperativismo y de poner en valor que detrás de cada cooperativa hay personas comprometidas con el futuro del medio rural y con un modelo empresarial participativo y arraigado al territorio”, señaló el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Ángel Villafranca.

Por su parte, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, destacó el papel estratégico del cooperativismo agroalimentario para la competitividad del sector, la vertebración territorial y el desarrollo del medio rural.

### ANECOOP

Anecoop (Valencia) recibió el Premio Cooperativa del Año por su sólida trayectoria, su dimensión económica y social y su capacidad para competir en mercados internacionales.

Desde su nacimiento en 1975, Anecoop ha mantenido una línea de crecimiento constante hasta consolidarse como el primer exportador hortofrutícola español y referente internacional del cooperativismo agroalimentario. Con una facturación superior a los 1.100 millones de euros y presencia en cerca de 70 países, en la actualidad integra a 61 cooperativas, coordinando y comercializando su producción de productos hortofrutícolas frescos, vinos y, en menor medida, flores y frutas y hortalizas de V gama y conservas vegetales.

El grupo representa a 20.000 agricultores españoles que cultivan más de 63.000 hectáreas repartidas en 13 provincias.

El jurado ha destacado especialmente su estrategia basada en la innovación, la diversificación y la adaptación al mercado, con hitos como la introducción de la sandía sin pepitas o el kaki Persimon. La aplicación de tecnología, el desarrollo de nuevos productos y la transformación industrial permiten a Anecoop responder a las nuevas demandas del consumidor y mejorar la competitividad del conjunto de sus cooperativas.

Además, esta cooperativa fue una de las primeras en incorporar la marca ‘Producto Cooperativo’ en su completa e innovadora gama de frutas y hortalizas, así como en sus vinos con prestigio internacional.

Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, destacó que este galardón coincide con una fecha muy significativa “el año en el que Anecoop conmemora nuestro 50 aniversario. Medio siglo de historia y valores compartidos, de profundo compromiso con la agricultura, con la tierra y con las personas. Además, esta celebración coincide con una campaña en la que hemos batido doble récord histórico tanto en facturación propia, como en la facturación combinada de todas las empresas que forman el Grupo Anecoop, alcanzando los 1.166 millones de euros”.

# Las cooperativas premian a Anecoop, Garaia, Onubafruit y Nuestra Señora de la Antigua y Santo Tomás



Anecoop (Valencia) recibió el Premio Cooperativa del Año. / CAAE



Garaia (Bizkaia) ha recibido el Premio en Innovación. / CAAE



Onubafruit (Huelva) ha sido reconocida con el Premio de Desarrollo Rural. / CAAE



Nuestra Señora de la Antigua y Santo Tomás (Ciudad Real) ha recibido el Premio Igualdad de Oportunidades. / CAAE

### GARAIA

Garaia, Gure Baserritarren Sasoiko Produktuak, de Mungia (Bizkaia), ha recibido el Premio en Innovación por su apuesta por la I+D+i aplicada a toda la cadena de valor hortícola y a la mejora continua de sistemas de cultivo, procesos y productos.

Garaia agrupa a más de 65 productores de más de 25 municipios más de 20 productos diferentes de fruta y hortaliza, además de más de un centenar de variedades de planta ornamental y arbustiva, con una apuesta por los productos de temporada y proximidad.

La cooperativa participa en numerosos proyectos europeos, nacionales y regionales vinculados a ámbitos como la inteligencia artificial, la robótica, la edición genómica, la digitalización o la sostenibilidad agraria.

El jurado ha valorado especialmente la creación de un departamento propio de I+D+i, al que destina cerca del 13% de su facturación, así como el impacto tangible de sus innovaciones en la reducción del uso de fitosanitarios, el desperdicio alimentario, la huella de carbono y la adaptación al cambio climático.

Alberto Lekerika, presidente de Garaia, recordó al recoger este premio “a los más de setenta agricultores y agricultoras de Euskadi que cada mañana se levantan antes que nadie, que cuidan la tierra con una dedicación que no cabe en ningún balance contable, y que han confiado en su cooperativa para que la innovación no fuera una amenaza para su forma de vida sino su mejor garantía de futuro”. Al explicar los motivos por los que esta pequeña cooperativa hortofrutícola del norte innova, el presidente de Garaia ha asegurado que “innovamos porque el cambio climático no espera, porque el consumidor exige más sostenibilidad cada año, y porque el tomate vasco de toda la vida se puede perder si no podemos la ciencia al servicio de recuperarlo”.

En un contexto marcado por los desafíos climáticos, económicos y demográficos, el cooperativismo agroalimentario reafirma su papel como motor económico y social del medio rural, impulsando empleo, innovación, sostenibilidad y cohesión territorial en todo el país.

### ONUBAFRUIT

Onubafruit (Huelva) ha sido reconocida con el Premio Cooperativas Agro-alimentarias de España en la categoría de Desarrollo Rural por su contribución a la generación de empleo, oportunidades y cohesión social en la provincia de Huelva.

Integrada por cinco cooperativas, agrupa a más de 600 agricultores, genera 7.500 empleos directos y más de 20.000 puestos de trabajo indirectos, y desarrolla iniciativas de inclusión sociolaboral dirigidas a mujeres, personas con discapacidad y programas de migración circular.

La cooperativa impulsa un modelo de empleo agrario que cada campaña moviliza a miles de trabajadores en torno a la producción y manipulado de berries, y concibe el empleo como una herramienta clave para la cohesión social y el desarrollo territorial. Además, promueve programas inclusivos como Wafira, centrado en el emprendimiento de mujeres migrantes, junto a otras iniciativas de formación e inserción laboral que generan nuevas oportunidades para colectivos vulnerables. También desarrolla actividades culturales y educativas orientadas a fomentar hábitos saludables y acercar el sector agroalimentario a las nuevas generaciones.

Asimismo, el jurado ha puesto en valor los servicios avanzados que ofrece a sus socios para mejorar la competitividad y modernización de sus explotaciones, así como su compromiso con la eficiencia en el uso de los recursos y las energías renovables.

Antonio Tirado, presidente de Onubafruit, señaló que “este premio es el reflejo del un trabajo compartido y del compromiso de muchas personas, equipos y entidades que han hecho posibles proyectos nacidos con una idea muy clara: generar oportunidades reales e impulsar la inclusión”. Tirado quiso dedicar este reconocimiento a “todas las personas que trabajan cada día en nuestros pueblos, muchas veces de manera silenciosa, sosteniendo nuestra tierra, nuestra economía y nuestra comunidad”.

### NUESTRA SEÑORA DE LA ANTIGUA Y SANTO TOMÁS

La cooperativa Nuestra Señora de la Antigua y Santo Tomás, de Villanueva de los Infantes (Ciudad Real), ha recibido el Premio Igualdad de Oportunidades por el impulso del liderazgo femenino, la participación de mujeres en órganos de decisión y la implantación de políticas activas de igualdad.

Cuenta con una trayectoria de 70 años vinculada a la producción de aceite de oliva y vinos con la DO La Mancha, además de otros cultivos como cereales, almendra y pistacho.

El jurado ha subrayado su compromiso con el liderazgo femenino, con una mujer al frente de la gerencia desde 2003 y una elevada representación de mujeres en órganos de decisión, con presencia destacada en el Consejo Rector. Asimismo, ha reconocido su implicación en programas sectoriales y su colaboración con instituciones para fomentar la igualdad, así como el hecho de contar con un Plan de Igualdad desde 2013, junto con medidas de conciliación y prevención del acoso.

José María Arcos, presidente de la cooperativa Nuestra Señora de la Antigua y Santo Tomás, se refirió a las mujeres que forman parte de la cooperativa, tanto en el Consejo Rector como en la plantilla de trabajadoras. “Seguimos trabajando con los Centros de la Mujer, los centros de enseñanza y las distintas asociaciones locales y provinciales para fomentar el cooperativismo, la sostenibilidad en el medio rural, la integración y la igualdad”.

# Sakata refuerza su estrategia en calabacín con la nueva variedad Kairoh

La empresa apuesta por el vigor, estabilidad y facilidad de manejo con este cultivo pensado para altas temperaturas

► FERNANDA LENCINA. ALMERÍA.

Sakata Seeds Ibérica presentó durante una jornada de campo en El Ejido, Almería, su nueva variedad de calabacín verde: Kairoh F1. Este cultivo está desarrollado para ciclos tempranos y tardíos, donde las condiciones de altas temperaturas se convierten en un factor limitante para muchas variedades del mercado. La empresa busca así, ofrecer al agricultor un complemento para Kai F1, un cultivo similar pero recomendado para segmentos de verano y primavera. Con esta propuesta de 'duo varietal' se busca cubrir todas las ventanas de producción con el objetivo de brindar uniformidad y rentabilidad.

Las altas temperaturas registradas en la zona, junto con la necesidad de mantener una producción regular y homogénea, han llevado a los productores a prestar especial atención a la elección varietal. Y en este escenario es donde Kairoh, se destaca debido a que "tiene un buen comportamiento en altas temperaturas y por eso lo presentamos como un complemento para Kai, ya que los trasplantes se realizan entre el 15 de julio y el 10 de agosto, y desde el 15 de febrero a marzo", explicó Cecilio Fernández, responsable de desarrollo de calabacín de Sakata Seed Ibérica, a Valencia Fruits.

Mientras Kai se posiciona como una referencia para trasplantes de agosto y de finales de invierno a marzo, Kairoh y



Este cultivo se está desarrollando para ciclos tempranos y tardíos. / F. LENCINA

"nace para responder a esos trasplantes extratempranos, donde el incremento de la temperatura exige una planta más preparada para mantener producción y calidad".

La variedad destaca por su vigor de planta, una estructura abierta que facilita el manejo y la recolección, entrenudos cortos y una elevada uniformidad de fruto durante el ciclo. A ello se añade un aspecto especialmente valorado por el agricultor profesional: la capacidad de mantener una producción constante y equilibrada incluso bajo condiciones adversas. Fernández destacó también que "presenta resistencia al virus de Nueva Delhi, es muy precoz, productiva, con

un color verde muy oscuro y brillante y que permite su recolección 'a pellizco' para evitar la transmisión del virus del pulgón, y tiene una planta abierta y de fácil manejo". La flor se desprende con facilidad para evitar así la contaminación mecánica de virus transmitidos por pulgón.

Precisamente la incidencia de enfermedades y los desafíos derivados de determinadas condiciones ambientales han incrementado la importancia de la mejora genética en los últimos años. Los productores buscan cultivos capaces de ofrecer un comportamiento estable durante todo el ciclo y minimizar las pérdidas derivadas de factores externos.



Imagen del equipo Sakata Seeds Ibérica durante la jornada de campo en El Ejido. / FL

**Kairoh reduce la mano de obra porque "es una planta muy compacta y abierta que permite acceder muy fácil a la fruta", facilita los tratamientos fitosanitarios y "el día a día del agricultor"**

## EL VALOR DE KARIOH PARA EL MERCADO

En cuanto al valor que esta variedad de calabacín aporta al mercado, se ha destacado su adaptación a las altas temperaturas, en especial para "todo aquel agricultor que quiera hacer trasplante en fechas tempranas y realizar un ciclo corto hasta noviembre y plantar otro nuevo ciclo con la variedad de invierno".

Kairoh, en comparación con otras variedades de la competencia, reduce la mano de obra porque "es una planta muy compacta y abierta que permite acceder muy fácil a la fruta", facilita los tratamientos fitosanitarios y "el día a día del agricultor". La arquitectura de la planta mejora además, la entrada de luz al

cultivo, favoreciendo la calidad del fruto contribuyendo a una mejor sanidad vegetal.

Para el mercado nacional, presenta la ventaja de mantener su verde brillante "incluso en calabacines de un calibre de entre 400/450 gramos, una característica que suele perderse en frutos de este tamaño", sostuvo Cecilio Fernández. Esta condición representa un factor importante para la decisión de compra de los consumidores que prefieren un calabacín homogéneo y con máculas casi imperceptibles. Por ese motivo, que sus frutos sean rectos hasta el final del cultivo, cilíndricos, oscuros y brillantes, con una mácula y cicatriz pistilar muy pequeñas, refuerza su idoneidad incluso para la exportación.

# Trulli F1, primer lanzamiento de Sakata en pimiento para el Campo de Cartagena

La nueva variedad de pimiento amarillo de Sakata destaca por su precocidad, calidad de fruto y excelente comportamiento en invierno

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Sakata Seed Ibérica ha presentado oficialmente Trulli F1, su nueva variedad de pimiento amarillo para el Campo de Cartagena, un "lanzamiento estratégico" que supone, además, la primera incorporación de la compañía en el segmento de pimiento en esta zona productora.

Con Trulli F1, Sakata apuesta por una variedad orientada a ofrecer al agricultor precocidad, rentabilidad y una elevada calidad comercial, tres factores clave en las primeras producciones de invierno: "queríamos entrar en

el Campo de Cartagena con una variedad que realmente aportara valor al agricultor, y Trulli reúne lo que el agricultor de aquí necesita: rapidez y calidad" ha explicado Juan Antonio Barranco, responsable de desarrollo de pimiento en Sakata Seed Ibérica. La variedad recibe su nombre inspirado en la Fórmula 1, un guiño a uno de sus principales atributos: la velocidad para llegar al mercado. "Hoy en día llegar pronto es fundamental para aprovechar las mejores cotizaciones", ha añadido Juan Antonio. "Trulli permite comenzar la

recolección temprano sin renunciar a la calidad y al tamaño del fruto".

Los frutos de Trulli F1 destacan por su calibre G-GG, su peso y su excelente uniformidad. Además, presentan un atractivo color amarillo limón intenso que se mantiene estable en destino, una característica especialmente valorada para exportación.

Para Gonzalo Ormaechea, técnico comercial de Sakata Seed Ibérica para la zona de Murcia, el impacto visual de la variedad es una de sus grandes fortalezas:



Trulli reúne lo que el agricultor de esta zona necesita: rapidez y calidad. / SAKATA

"Trulli llama la atención desde el primer momento. La exposición del fruto en planta, su tamaño y su color permiten que tanto agricultores como comercializadores perciban rápidamente su potencial". Ormaechea ha subrayado también la importancia de combinar precocidad y calidad comercial: "El agricultor no sólo busca producir pronto, sino también vender bien. Y en ese sentido Trulli ofrece una combinación muy interesante entre precocidad, calidad y presencia comercial".

A nivel agronómico, Trulli F1 cuenta con una planta fuerte y vigorosa, especialmente adaptada a los ciclos de invierno. Su estructura abierta y con poco forraje favorece la ventilación, contribuye a una mejor sanidad del cultivo y facilita el manejo en campo, comentan desde la firma.

Con este lanzamiento, Sakata refuerza su apuesta por el desarrollo de variedades adaptadas a las necesidades reales del agricultor y amplía su presencia en otra de las principales zonas productoras de pimiento de España.

# Europlátano inaugura sus nuevas instalaciones en el norte peninsular

La compañía canaria consolida su modelo de integración vertical con una instalación de 6.000 m<sup>2</sup> y 21 cámaras de última generación, en un acto con amplia representación institucional y del sector platanero



La organización productora de plátanos de Canarias abre sus nuevas instalaciones en el País Vasco con la presencia del presidente del Gobierno de Canarias y representantes del sector. / EUROPLÁTANO

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** El Grupo Europlátano ha celebrado en Orozko el acto oficial de inauguración de su nuevo centro de maduración, una instalación puesta en marcha en 2025 que permite a la compañía duplicar su capacidad de maduración y distribución propia.

El evento ha contado con la presencia del presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo; el consejero de Agricultura del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero; y la consejera de Agricultura del Gobierno Vasco, Amaia Barredo, entre otros representantes institucionales. Asimismo, han asistido distintas personalidades del sector platanero canario, junto a agricultores, proveedores, clientes y trabajadores.

## ■ MODELO DE INTEGRACIÓN VERTICAL

El nuevo centro de Orozko es el resultado de un proceso de crecimiento sostenido basado en un modelo de negocio singular dentro del sector, en el que los agricultores controlan la totalidad de la cadena gracias a la integración vertical que ofrece su estructura comercial y la maduración propia.

Desde 2017, Europlátano dio un giro estratégico con la creación de su comercializadora Mercamusa. Posteriormente, en 2020, la compañía comenzó a gestionar sus primeras instalaciones de maduración y logística en la Península, actualmente en propiedad, hasta duplicar la capacidad de la planta.

Este modelo de distribución directa permite eliminar intermediarios, mejorar la eficiencia y la rentabilidad para los

agricultores, así como garantizar la calidad del producto y el servicio a los clientes.

## ■ APOYO INSTITUCIONAL Y VISIÓN DE FUTURO

Durante su intervención, Fernando Clavijo subrayó que esta nueva infraestructura “demuestra que el futuro del sector primario canario pasa también por ganar presencia en los eslabones de mayor valor de la cadena”. En este sentido, añadió que cuando los agricultores tienen mayor capacidad para controlar la maduración, la distribución y la llegada del producto al consumidor, “también ganan rentabilidad, estabilidad y capacidad para competir”.

## ■ 6.000 METROS CUADRADOS

La nueva nave cuenta con 6.000 metros cuadrados, 21 cámaras de maduración de última tecnología y dos líneas de procesado. Su ubicación, en un enclave estratégico en el corazón del País Vasco, refuerza la eficiencia logística del grupo.

Durante la visita, los asistentes pudieron conocer de primera mano el proceso que sigue el producto una vez sale de las islas, con el objetivo de garantizar que mantenga su calidad y llegue al consumidor en el punto óptimo de maduración.

Como detalle simbólico, cada una de las cámaras de maduración lleva el nombre de una finca de Canarias, en homenaje a los agricultores y como vínculo directo entre el origen del producto y su destino final.

## ■ MODELO ÚNICO EN EL SECTOR

Europlátano es la única organización productora de plátanos

de Canarias que integra toda la cadena de producción de manera independiente. Sus cerca de 700 socios agricultores, con fincas en La Palma, Tenerife y El Hierro, cultivan plátanos, aguacates y otras frutas tropicales bajo los más exigentes estándares de calidad y seguridad alimentaria.

El control integral del proceso —cultivo, procesado, maduración y comercialización— constituye el eje de un modelo que rompe con la dinámica tradicional del sector, en la que los productores canarios vendían su fruta en origen a maduradores peninsulares, perdiendo el control sobre la calidad, la trazabilidad y los precios.

## ■ CIERRE INSTITUCIONAL Y MENSAJE DE FUTURO

El acto concluyó con las palabras del presidente de Europlátano, Francisco Lorenzo Speranzini, quien agradeció el respaldo institucional y el trabajo del equipo técnico y humano implicado en el proyecto.

“Gracias a todos, nuestros agricultores pueden estar tranquilos: su producto tiene hoy una nueva casa en el norte”, afirmó, subrayando que en las instalaciones de Orozko se completa el último eslabón de un proceso que comienza en las plataneras de las islas.

Con un mensaje de confianza hacia los clientes y un firme compromiso con la excelencia, Speranzini cerró la jornada invitando a “seguir cultivando juntos el futuro del plátano”, en un acto que la compañía enmarca como un hito para la estabilidad y el prestigio del sector.



La última edición del congreso agendó más de 190 reuniones profesionales y reunió a más de 1.650 inscritos procedentes de 15 países. / AGROMARKETING

# Citrus Forum 2026 abre su plataforma de networking

La herramienta permite a los asistentes conectar con empresas y organizaciones presentes en Citrus Forum antes de llegar a Valencia

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La herramienta permite a los asistentes conectar con empresas y organizaciones presentes en Citrus Forum antes de llegar a Valencia, identificar posibles oportunidades de colaboración, solicitar reuniones y organizar su agenda con antelación. La cita refuerza así su posición como uno de los principales puntos de encuentro profesional de la citricultura europea.

“En un momento en el que el sector citrícola afronta retos muy concretos —sanidad vegetal, costes, agua, nuevas variedades, comercialización o adaptación al cambio climático—, el valor de Citrus Forum está en reunir en un mismo espacio a quienes investigan, quienes asesoran, quienes producen y quienes desarrollan soluciones para el cultivo. La plataforma de networking nace precisamente para que esas conversaciones no dependan del azar, sino que puedan prepararse antes del evento”, señala Arturo Soler, CEO de Agromarketing.

Citrus Forum 2026 contará con un ecosistema profesional integrado por empresas patrocinadoras, entidades colaboradoras, zona expositiva, espacios de networking y reuniones de negocio, con el objetivo de favorecer el intercambio de conocimiento, la creación de alianzas y la transferencia de soluciones innovadoras al tejido productivo.

La dimensión empresarial del congreso se verá reforzada por la participación de compañías y organizaciones vinculadas a la sanidad vegetal, nutrición, tecnología, poscosecha, comercialización, producción, nuevas variedades, manejo agronómico e innovación aplicada al cultivo. Citrus Forum 2026 cuenta, además, con la colaboración de entidades como la European Food Safety Authority, el Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas, el CSIC, la Generalitat Valenciana, el IVIA, la Universitat Politècnica de València, el CEBAS-CSIC o Ailimpo.

## ■ MÁS DE 190 REUNIONES

Esta orientación hacia el negocio y la generación de contactos da continuidad a la línea iniciada en ediciones anteriores. En 2024, Citrus Forum ya situó el networking, la zona comercial y las reuniones profesionales como

elementos clave de su propuesta. Aquella edición superó los 1.650 profesionales inscritos procedentes de 15 países, con más de 1.300 asistentes presenciales en el Palacio de Congresos de Valencia y una tercera jornada online a través de Agromunity.

La edición de 2024 también consolidó la zona expositiva como un espacio estratégico para que las empresas pudieran presentar sus innovaciones ante técnicos, productores y profesionales del sector. Más de 30 empresas líderes participaron en la zona de stands y se agendaron más de 190 reuniones profesionales a través de la plataforma habilitada por la organización, datos que refuerzan la capacidad del evento para generar contactos de valor y oportunidades de negocio.

Los profesionales inscritos en Citrus Forum 2026 pueden acceder ya a la plataforma de networking a través de [www.networking.agromarketing.es](http://www.networking.agromarketing.es), completar sus datos y proponer reuniones con empresas participantes. Los encuentros pueden abordar desde la búsqueda de nuevos partners y proveedores hasta cuestiones técnicas relacionadas con el uso y aplicación de productos, servicios y soluciones para el cultivo.

Las inscripciones para asistir a Citrus Forum 2026 y participar en los encuentros de networking continúan abiertas en la web oficial del evento, donde también puede consultarse el programa técnico completo: [www.citrusforum.es](http://www.citrusforum.es).

Citrus Forum cuenta con el apoyo y patrocinio de empresas de referencia en el sector como FMC, Bayer, Nufarm, Agrofresh, Servalesa, Agronova Biotech, Corteva, Herogra Group, Timac Agro, UPL, Citrosol, Seipasa, Cosmocol Ibérica, Maf Roda, Qemetica, Lida Plant Research, Biorizon Biotech, SQM, Medifer, Certis Belchim, DNT Agro, Ideagro, Orgánicos Pedrín. También con la colaboración de Koppert, Edypro, Génesis Fresh, Massó, Syngenta, Sando Clementine, Agromillora, Haifa, Albaugh, Lainco, Sipcum Iberia, Kenogard, Cerestia, Eurosemillas, Hermisan, Rainbow, Fitosoil, Visualnacert, Hello Nature, Suterra, Nutritec, Tecnicrop, Pi Agsciences, Bioibérica, Avasa, Atlántica y Valencia Fruits como media partner.

# El Estrecho de Ormuz pone a prueba la resiliencia de la fruta fresca

AgroFresh desarrolla soluciones postcosecha originales con el objetivo de ayudar a los exportadores a mantener la calidad, la firmeza y la condición comercial de la fruta durante almacenamientos y tránsitos prolongados

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las crecientes tensiones geopolíticas en torno al Estrecho de Ormuz vuelven a poner sobre la mesa la enorme fragilidad logística de la cadena hortofrutícola internacional. Aunque gran parte del debate público se centra en el petróleo, el combustible o el impacto energético, el sector de frutas y hortalizas afronta una amenaza silenciosa pero especialmente grave: el tiempo.

En el comercio hortofrutícola, cada hora cuenta. La paralización de mercancías en puertos, los retrasos en tránsito o las modificaciones de rutas marítimas afectan directamente a la vida útil de los productos frescos. Frutas y hortalizas que permanecen más tiempo detenidas en puerto pierden firmeza, calidad comercial y capacidad de conservación, incrementando las reclamaciones, el desperdicio alimentario y las pérdidas económicas para productores y exportadores.

La situación alrededor de Ormuz no sólo tensiona el transporte marítimo mundial; también altera la disponibilidad de buques, encarece los costes logísticos y dificulta la planificación comercial en campañas donde la rapidez es determinante. Para un sector altamente dependiente de la eficiencia logística, la

incertidumbre se convierte en un factor de riesgo estructural.

Además, el sector hortofrutícola desempeña un papel estratégico dentro de la seguridad alimentaria global. Garantizar el suministro de productos frescos, saludables y accesibles depende de cadenas de transporte estables y previsibles. Cuando los conflictos internacionales bloquean o ralentizan estos flujos, el impacto no solo afecta a las empresas exportadoras, sino también a consumidores y mercados de destino.

## ■ CUANDO LA LOGÍSTICA DEJA DE SER PREDECIBLE

La presión sobre las cadenas logísticas ya está generando efectos visibles en distintos corredores de exportación hortofrutícola. En Sudáfrica, exportadores y operadores del sector reportan que algunos contenedores refrigerados en Cape Town están tardando entre 10 y 14 días en salir del puerto, frente a los aproximadamente 4 días habituales en condiciones normales. Las demoras, agravadas por congestión operativa y condiciones climáticas, han provocado acumulación de fruta en cámaras y retrasos en programas comerciales.

Pero el problema no se limita a África austral. Exportadores peruanos también han enfrentado

congestión en puertos europeos como Rotterdam, afectando especialmente productos sensibles como arándanos y uva de mesa, donde la calidad depende de ventanas logísticas muy ajustadas.

Al mismo tiempo, operadores logísticos internacionales advierten que determinados desvíos marítimos y cambios de rutas están añadiendo hasta 10 días adicionales en algunos trayectos Reefer, obligando a la industria a replantear cómo proteger la calidad de la fruta durante tránsitos cada vez menos previsibles.

## ■ LAS MÁS VULNERABLES: UVA DE MESA Y BERRIES

Dentro de este escenario de incertidumbre logística, la uva de mesa y los berries se sitúan entre las frutas más expuestas y vulnerables. Precisamente, se trata de dos de las categorías con mayor valor comercial en los mercados internacionales, pero también de las más sensibles frente a cualquier alteración en los tiempos de tránsito.

A diferencia de otros productos, estas frutas presentan una tolerancia muy limitada a retrasos prolongados en puerto o durante el transporte marítimo. La pérdida de agua, la deshidratación, la disminución de firmeza o la aparición de pudriciones



La nueva realidad logística obliga a reforzar los programas postcosecha. / AGF

pueden acelerarse rápidamente cuando la cadena logística pierde estabilidad.

En muchos casos, la diferencia entre una llegada en condiciones óptimas y una pérdida económica importante depende directamente de la estrategia postcosecha aplicada desde origen. Hoy, mantener la cadena de frío continúa siendo un requisito básico, pero ya no garantiza por sí solo la conservación de la calidad comercial.

La nueva realidad logística obliga al sector exportador a reforzar sus programas postcosecha con soluciones capaces de proteger frescura, firmeza y vida útil incluso en escenarios donde los tiempos de tránsito dejan de ser previsibles.

## ■ SITUACIÓN DE LOS CÍTRICOS Y MANZANAS

Aunque cítricos y manzanas cuentan con una vida útil más larga, no están exentos del problema.

Los retrasos prolongados pueden reducir frescura, aumentar el riesgo de desórdenes fisiológicos y limitar la vida comercial en destino. Además, cada día adicional en almacenamiento o tránsito incrementa la presión financiera sobre exportadores, importadores y retailers.

## ■ LA POSTCOSECHA, FACTOR CLAVE

La industria global de productos frescos está entrando en una etapa donde la incertidumbre logística deja de ser una excepción y pasa a convertirse en

parte estructural del comercio internacional.

Eventos geopolíticos, gestión portuaria, cambios de rutas marítimas y disrupciones climáticas seguirán afectando la previsibilidad de las exportaciones. Eso obliga a replantear cómo se diseñan hoy los programas postcosecha.

En AgroFresh, esta evolución se percibe con claridad en los principales países exportadores de fruta fresca. Según la compañía, la postcosecha ha dejado de ser únicamente una herramienta técnica para convertirse en un elemento clave de gestión del riesgo y protección del valor en toda la cadena hortofrutícola.

Con décadas de experiencia en conservación de fruta fresca, AgroFresh desarrolla soluciones postcosecha originales, basadas en evidencia científica y utilizadas a escala global, con el objetivo de ayudar a los exportadores a mantener la calidad, la firmeza y la condición comercial de la fruta durante almacenamientos y tránsitos prolongados.

La compañía destaca además el desarrollo de tecnologías orientadas tanto al control de pudriciones como a la preservación de firmeza, así como soluciones específicas para categorías especialmente sensibles como la uva de mesa, los berries, los cítricos o las manzanas. El objetivo común es claro: garantizar que la fruta llegue en mejores condiciones al mercado, incluso cuando la cadena logística se ve sometida a una presión creciente.

# Sambóa cierra una gran temporada

La campaña comercial de la manzana Sambóa ha finalizado con más de 7.000 toneladas comercializadas

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La temporada arrancó con muy buenas sensaciones entre septiembre y octubre, especialmente en Italia, donde la excelente respuesta de los mercados mayoristas permitió una rápida expansión del producto por todo el país. Paralelamente, la presencia de Sambóa en la gran distribución italiana también creció de forma significativa, pasando de una implantación inicial en el norte a extenderse progresivamente al centro y sur de Italia.

Además de los buenos resultados obtenidos en mercados clave como Alemania y España, que concentraron la mayor parte de las exportaciones europeas, las

primeras pruebas comerciales realizadas en el sudeste asiático también han sido muy positivas, especialmente en Hong Kong, Vietnam y Singapur.

“La calidad del producto ha sido excelente, al igual que su comportamiento en conservación”, destaca Marco Rivoira, del Grupo Rivoira, propietario de los derechos de las tres “variedades hermanas”, que este año ha comercializado junto al Grupo Clementi toda la producción de Sambóa.

“Los clientes que apostaron por Sambóa desde el inicio de la campaña mantuvieron la marca en sus lineales durante toda la temporada. A lo largo de



El grupo ya trabaja en la próxima temporada. / SAMBÓA

la campaña se comercializaron sucesivamente las variedades Luiza, Venice e Isadora, garantizando siempre la misma calidad y experiencia de consumo. De este modo, el consumidor siguió encontrando en tienda el característico dulzor y la textura crujiente que definen a Sambóa”.

Mientras continúa fortaleciéndose la red internacional Sambóa, el grupo ya trabaja en la próxima campaña, que contará también con los primeros volúmenes relevantes producidos fuera de Italia por otros socios internacionales de la red.

“Ya estamos desarrollando nuevas acciones y propuestas B2B y B2C para reforzar el lanzamiento de la próxima campaña y seguir impulsando la presencia de nuestras manzanas en los mercados internacionales”, afirma Giulia Montanaro, General Manager del grupo. “Con una producción en crecimiento y mercados cada vez más diversos, es fundamental garantizar una identidad coherente no sólo en la calidad del producto, sino también en la comunicación de la marca”.

# 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

S U P L E M E N T O

valencia  
fruits



DEPOSITPHOTOS.COM

# LIMÓN

Patrocinado por



M A Y O 2 0 2 6

# La clorosis nervial amarilla de los cítricos pone en alerta al sector

La Región de Murcia y la Comunitat Valenciana activan medidas para frenar la propagación de este virus que está afectando sobre todo a los cultivos de limón

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El virus de la clorosis nervial amarilla (CYVVCV, *Potexvirus citriflavivenae*), mantiene en alerta máxima al sector cítrico tras su expansión en Cataluña, la Comunitat Valenciana, especialmente en la provincia de Alicante, y en la Región de Murcia. Los ejecutivos de estas zonas productoras ya han activado medidas para tratar de contener el avance de este virus que afecta sobre todo a los cultivos de limón.

El CYVVCV provoca síntomas foliares muy característicos, como un intenso amarilleamiento de las nervaduras, deformaciones, manchas anulares y, en estados avanzados, necrosis. Aunque en naranjos y mandarinos puede no manifestar daños evidentes, estas especies pueden actuar como reservorio del virus. En cambio, en limoneros y limas puede ocasionar deformaciones del fruto, pérdida de calidad comercial y descensos en la producción, lo que incrementa su relevancia económica.

En Murcia, la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca puso recientemente en marcha un plan con 700 inspecciones para contener el virus. Está previsto que durante los próximos dos meses se realice la toma de muestras para determinar el alcance real de la posible presencia del patógeno y contener su expansión.

El director general de Producción Agrícola, Ganadera y Pesquera, Juan Pedro Vera, subrayó, tras la celebración el 14 de mayo de la Mesa de Sanidad Vegetal de la Región de Murcia, que habían “reaccionado con rapidez” para anticiparse a cualquier escenario y proteger un sector estratégico para la Región. En este sentido, añadió que “el objetivo es localizar de forma precoz cualquier foco, delimitarlo y actuar con la máxima eficacia”.

El operativo, coordinado por el Servicio de Sanidad Vegetal junto a las Oficinas Comarcales Agrarias, se centra especialmente en plantaciones jóvenes de limonero, donde los síntomas son más evidentes y el riesgo de propagación es mayor.

Las actuaciones se dirigen de forma prioritaria a explotaciones ubicadas en Blanca y Mula, donde ya se han detectado síntomas sospechosos; parcelas que hayan utilizado material vegetal procedente de los mismos lotes o viveros; áreas próximas a la Comunitat Valenciana y Cataluña, donde el virus ya ha sido confirmado.

“El plan de prospecciones nos permitirá tener una fotografía real de la situación en muy poco tiempo y tomar decisiones con base técnica”, explicó Vera, quien insistió en que “la prioridad es atajar cualquier posible

expansión antes de que afecte de forma generalizada”.

De forma paralela, el Servicio de Sanidad Vegetal ha intensificado los controles en viveros y ha iniciado una investigación para esclarecer el origen del material vegetal utilizado en las explotaciones afectadas.

Según indicó el director general, “los análisis realizados hasta ahora en viveros oficiales han sido negativos, lo que nos lleva a pensar que la posible entrada del virus podría estar vinculada a canales no controlados o a material anterior a los muestreos”.

“Es fundamental la implicación de agricultores y técnicos para detectar cualquier síntoma de forma temprana”, señaló.

El director general de Producción Agrícola también pidió extremar la vigilancia ante cualquier síntoma sospechoso, desinfectar las herramientas de poda, controlar los insectos vectores, como pulgones y mosca blanca, y utilizar exclusivamente material vegetal certificado. “Estamos ante un momento clave y la respuesta conjunta del sector será determinante para proteger la citricultura murciana”, concluyó Juan Pedro Vera.

Por su parte, desde Ailimpo, su técnico Antonio Hernández describe este virus como “peligrosísimo” y advierte que este patógeno, expandido a través de plantas procedentes de viveros, “es capaz de infectar a todas las especies de cítricos”, si bien hasta ahora sólo han mostrado síntomas el limón, la lima y el naranjo amargo.

Haciendo un cálculo de la repercusión que esta nueva plaga puede tener en las plantaciones de sus socios, Ailimpo estima que unas 4.000 hectáreas de nuevas plantaciones podrían estar afectadas. “Pero hay que revisarlas todas, nuevas y antiguas”, señala Antonio Hernández.

“No conocemos cómo se va a comportar esta plaga ni cuáles son todos sus vectores, por eso hay que erradicarla y ahora es el momento clave, no se puede esperar”, añade el técnico de Ailimpo.

## COMUNITAT VALENCIANA

Con anterioridad a Murcia, la Conselleria de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana ya había declarado oficialmente el 21 de abril la presencia del *Potexvirus citriflavivenae* (CYVVCV). La resolución establecía medidas urgentes para su erradicación y control tras confirmarse su detección en distintas zonas productoras.

Las medidas fitosanitarias y de vigilancia obligatorias adoptadas por el Consell tienen el objetivo de frenar la expansión de esta plaga dado su potencial impacto



Explotación agraria de Orihuela afectada por el virus de la clorosis. / ASAJA ALICANTE

**Murcia activa un plan con 700 prospecciones para determinar el alcance real de la posible presencia del patógeno y contener su expansión**

**La Comunitat Valenciana declaró oficialmente la presencia del *Potexvirus citriflavivenae* el 21 de abril**

en la producción de limones de la Comunitat Valenciana, ya que por el momento naranjos, mandarinos y clementinos no muestran síntomas visibles, aunque pueden actuar como hospedantes del virus.

Este virus emergente, cuya expansión internacional ha sido progresiva desde su primera detección en Pakistán en 1988, ha sido identificado recientemente en la Comunitat Valenciana en diversas especies de cítricos. Los muestreos realizados entre finales de 2025 y principios del año 2026 han confirmado su presencia en tres comarcas de la provincia de Castellón y otras tres de Valencia, tanto en explotacio-

nes agrarias como en parques y jardines.

Uno de los principales riesgos asociados a la clorosis amarilla es la ausencia de tratamientos curativos. Los árboles infectados permanecen enfermos durante toda su vida y se convierten en focos de propagación. El virus se transmite por injerto, por herramientas de corte y a través de insectos vectores habituales en el cultivo de los cítricos, como diversas especies de pulgones y la mosca blanca (*Dialeurodes citri*), lo que facilita su dispersión.

Ante esta situación, la Generalitat ha calificado de utilidad pública la lucha contra esta plaga y ha establecido un conjunto de

obligaciones para los agricultores y operadores del sector. Entre ellas, destaca la prohibición de mover o comercializar material vegetal infectado o sospechoso, así como la obligatoriedad de comunicar cualquier indicio de la enfermedad a los servicios de sanidad vegetal.

Las medidas fitosanitarias contempladas en la resolución difieren en función del ámbito territorial. En zonas consideradas prioritarias, como las comarcas del Baix Vinalopó y la Vega Baja en la provincia de Alicante, se establece la erradicación obligatoria de todos los vegetales hospedantes en parcelas afectadas. Esta actuación deberá ir precedida de tratamientos contra los insectos vectores y ejecutarse in situ, bajo supervisión oficial, en un plazo máximo de quince días.

En el resto de la Comunitat Valenciana, se intensificará la vigilancia en plantaciones, viveros y espacios verdes, junto con actuaciones dirigidas a reducir las poblaciones de vectores. Asimismo, se incide en la desinfección de herramientas de corte como medida preventiva clave frente a la transmisión del virus.

La normativa también establece obligaciones específicas para los operadores profesionales inscritos en el Registro Oficial de Operadores Profesionales de Vegetales (ROPVEG), quienes deberán inspeccionar sus instalaciones, aplicar tratamientos fitosanitarios en caso de detección y eliminar el material infectado en plazos establecidos.

En materia de circulación de plantas, se refuerzan los requisitos del reglamento europeo, exigiendo el pasaporte fitosanitario y la trazabilidad del material vegetal durante al menos tres años. Paralelamente, la Administración autonómica llevará a cabo prospecciones sistemáticas para determinar la extensión del virus de la clorosis amarilla y verificar el cumplimiento de las medidas adoptadas.

La propagación de este virus está generando mucha inquietud entre los productores. José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante, describe la situación como “de absoluta incertidumbre, rozando el pánico. De pronto se nos ha colado un virus desconocido que amenaza muy seriamente el cultivo. Hay decenas de miles de plantones afectados que hay que arrancar por la vía más rápida posible con la duda de no saber —por ahora— si el virus ha colonizado ya nuestros ecosistemas agrarios”.

En naranja y mandarina no se han producido daños, pero en limón sí, sin poder determinar hasta el momento la cuantía. “Es un virus inestable que se manifiesta en función de la climatología, siendo el tiempo fresco y húmedo las condiciones óptimas para declararse con mayor virulencia. No sabemos cómo va a afectar, pero bien, seguro que no”, afirma el dirigente de la organización Asaja Alicante.

“Si desde Tarragona hasta la Safor el virus ya se ha instalado, será difícil que no se establezca también más al sur, en Alicante y Murcia. Pero hay que intentar frenarlo. Hasta ahora no hay constancia oficial de que haya llegado a plantas adultas de limoneros. Y precisamente, diría que ese es el objetivo. Ahora debemos ir todos a una para que esto no se convierta en un problema estructural”, concluye José Vicente Andreu.



# CATsystem®

## El primer sistema de Control Automático de los Tratamientos postcosecha.

CATsystem®, cuyo desarrollo se inició en 2017, es el primer sistema de Control Automático de los Tratamientos fungicidas del mundo. Permite mantener constante la concentración de fungicidas, desinfectantes y aditivos alimentarios en los caldos de tratamientos postcosecha, dentro de un rango de valores definido.

Durante la postcosecha, una concentración insuficiente de fungicida puede provocar la aparición de pudrición, mientras que un exceso puede hacer superar los Límites Máximos de Residuos legalmente establecidos o los niveles aún más exigentes impuestos por los distribuidores.

Gracias a CATsystem®, se pueden mantener constantes las concentraciones fungicidas, realizando análisis y correcciones del caldo de tratamiento en tiempo real.

**No existe ningún sistema similar en el mercado.** CATsystem® es, por tanto, una innovación disruptiva en la aplicación de tratamientos postcosecha.



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



# Análisis de la campaña 2025/26 del limón

Escasez global, ausencia de competencia turca en Europa, precios históricos sin caída estacional y récord de valor en exportaciones marcan la campaña del limón

febrero inicia una escalada hasta los 63 €/100 kg registrados en la semana del 20 de marzo de 2026, que es el último dato disponible. La explicación de este comportamiento excepcional requiere conectar los datos de precios con los de importaciones europeas que se analiza en un apartado más adelante, ya que, en campañas normales, los precios mínimos del limón español en invierno están en buena medida determinados por la competencia turca en el mercado europeo, debido a la presión bajista que ejercía y que hundía las cotizaciones españolas.

## EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LIMÓN

Las exportaciones españolas de limón en el acumulado septiembre-enero de la campaña 2025/26 presentan el mejor registro de valor de toda la serie histórica analizada, y lo hacen acompañadas de un volumen que también crece. España ha exportado hasta enero 279.341 toneladas, un 3,8% más que en el mismo periodo de 2024/25 y un 3,4% por encima de la media de las cinco campañas anteriores (ver Tabla 2). En valor, las exportaciones alcanzan 443 millones de euros, un 23,1% más que en 2024/25 y un 33,8% por encima de la media histórica.

Por tanto, la variable dominante aquí no es la cantidad exportada sino el precio al que se vende, ya que el valor unitario medio de exportación en el acumulado septiembre-enero de 2025/26 se sitúa en 1,586 €/kg, un 18,6% más que en 2024/25 (1,337 €/kg) y un 29,2% por encima de la media de las cinco campañas anteriores. Por tanto, la descomposición del crecimiento del valor exportado entre sus dos componentes ilustra con claridad como del incremento total del 23,1% en valor respecto a 2024/25, aproximadamente 18,6 puntos porcentuales provienen de la mejora del precio unitario y apenas 3,8 de la mayor cantidad exportada. En otras palabras, más del 80% del crecimiento del valor de las exportaciones de limón en esta campaña se explica exclusivamente por el encarecimiento del producto.

Merece atención especial ver como para una producción que cae un 10%, España exporta en el acumulado septiembre-enero un 3,8% más de volumen que la campaña anterior, lo cual viene explicado en parte por el incentivo económico, ya que, con precios elevados en campo, el sector redirige hacia el exterior una fracción mayor de la cosecha que en campañas anteriores con precios más bajos. Esta reorientación tiene como consecuencia directa que en el mercado interior (con menos producción disponible y la mayor parte de ella exportada) la oferta doméstica se contraiga, presionando al alza el precio del consumidor español.

## LA EVOLUCIÓN MENSUAL

Septiembre registró un volumen exportado de apenas 19.423 toneladas, un 38% menos que en septiembre de 2024/25, mientras que octubre también cayó en volumen un 9,2%. Esto puede deberse en parte a que los rendimientos productivos en mínimos retrasan la entrada de producto de calidad exportable, ya que cuando la cosecha es baja, el volumen de limón en fresco apto para exportación tarda más en estar disponible en cantidad

► PABLO IZU Y PABLO RESCO.

PLATAFORMA TIERRA

La campaña mundial del limón 2025/26 viene marcada por una fuerte caída de la oferta, especialmente por el desplome productivo de Turquía, lo que ha reducido la presión competitiva en Europa y favorecido al limón español. Aunque España también recorta producción (-9,6%), los precios en origen se mantienen en niveles históricamente altos, con una media de 56,7 €/100kg, muy por encima de campañas anteriores, según los datos recogidos por Plataforma Tierra (<https://www.plataformatierra.es>).

Este contexto ha impulsado las exportaciones españolas, que alcanzan récords en valor (+23,1%), mientras las importaciones europeas desde terceros países caen un 22,7% por la menor presencia turca. Sin embargo, el encarecimiento está afectando al consumo en la UE, que cae un 11,5%, y elevando el precio al consumidor en España hasta máximos históricos de 2,23 €/kg.

## PRODUCCIÓN MUNDIAL

Las previsiones del USDA para la campaña 2025/26 sitúan la producción mundial de limón en torno a los 10,1 millones de toneladas, lo que representa una caída del 6,6% respecto a los 10,8 millones de la campaña anterior y una reducción acumulada del 10,3% en apenas dos campañas. Esta tendencia se explica fundamentalmente por el comportamiento de dos actores, Turquía y la Unión Europea, que explican prácticamente la totalidad de la caída global.

El caso turco es el más llamativo. Turquía era en 2023/24 el segundo productor mundial de limón con 2,33 millones de toneladas, no obstante, las previsiones para 2025/26 la sitúan en apenas 1,1 millones de toneladas, lo que supone una caída del 36,3% respecto a la campaña anterior y una pérdida acumulada del 52,6% en sólo dos campañas. En términos absolutos, en esta campaña Turquía pierde 628.000 toneladas, un volumen equivalente a casi el 80% de toda la producción de un gran productor y exportador como Sudáfrica. Como consecuencia, el peso de Turquía en el total mundial pasa del 16% en 2024/25 al 11% en 2025/26. Este colapso ya fue señalado en el informe de inicio de campaña (-25,6% entonces), pero la magnitud del nuevo descenso previsto para 2025/26 supera lo anticipado y convierte a Turquía en el elemento más disruptivo del mercado mundial de limón. Por su parte, la Unión Europea confirma también una senda descendente, donde la producción comunitaria estimada para 2025/26 se sitúa en 1,34 millones de toneladas, un 12% menos que en 2024/25 y un 22% por debajo de los 1,73 millones de 2023/24.

Frente a esas caídas, varios productores muestran incrementos moderados. México, el mayor productor mundial con 3,37 millones de toneladas, crece un 3% y amplía su cuota global hasta el 34%. Sudáfrica aumenta su producción un 3,7% hasta 840.000 toneladas, reforzando su papel como proveedor relevante del mercado europeo durante el verano, mientras que Argentina, el segundo productor mundial y principal exportador hacia Europa en determinadas ventanas del año, se mantiene prácticamente estable (-0,5%). En consecuencia, el mapa productivo

Indicadores generales en España (Campaña 2025/26)						
	Superficie 25/26	Variación % superficie	Producción 25/26	Variación % producción	Rendimiento 25/26	Variación % rendimiento
Limón	47.996	0,01%	827.837	-9,57%	17,25	-9,58%

Tabla 1. Datos: Superficie en hectáreas. Producción en miles de toneladas. Rendimiento en toneladas por hectárea. El porcentaje de variación de las variables está calculado con respecto a la campaña anterior. / FUENTE. MAPA

## Evolución de las cotizaciones del limón Fino en árbol (desde 2020/21 hasta 2025/26)

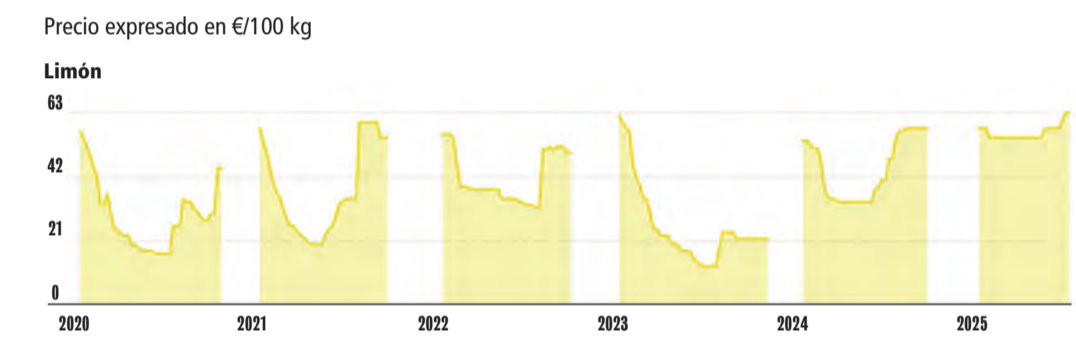


Gráfico 1. Datos de la campaña 25-26 hasta marzo de 2026. / FUENTE. CARM

del limón en 2025/26 está marcado por un lado por una concentración creciente en el hemisferio occidental, con México y Argentina representando conjuntamente más del 52% de la producción mundial y, por otro lado, por el retroceso acelerado de los dos grandes productores mediterráneos, Turquía y la UE, que pierden peso relativo. Para el mercado europeo, la menor oferta turca y comunitaria crea un soporte natural para los precios, pero abre también espacio para que los orígenes del hemisferio sur incrementen su presencia en la segunda mitad de la campaña.

## DERRUMBE DE TURQUÍA

Según la información publicada por el USDA Foreign Agricultural Service, el Instituto Turco de Estadística (TurkStat) y el Ministerio de Agricultura de Turquía, la campaña 2025/26 ha sido especialmente corta por una sucesión de desastres climáticos que el sector turco califica como los peores en tres décadas. Entre febrero y abril de 2025 se registraron tres oleadas de heladas que golpearon las principales provincias citricolas (Adana, Mersin, Hatay), donde se concentra el 93% de la producción nacional de limón. La primera helada llevó las temperaturas a -8°C en la región de Çukurova, que produce el 40% de los cítricos turcos. La tercera y más devastadora afectó a 36 provincias con temperaturas de hasta -15°C, y algunas zonas citricolas reportaron pérdidas del 80%. La gravedad llevó al gobierno a decretar una prohibición temporal de exportaciones de limón el 8 de abril, levantada dos días después, tras la presión del sector exportador. Durante el verano, las plantaciones sufrieron además granizo y una ola de calor histórica en agosto, con Adana alcanzando los 47,5°C, su récord en 95 años. Todo esto sugiere que la recuperación no

será inmediata, ya que el daño de las heladas reduce la capacidad productiva de los árboles en las campañas siguientes, lo que permite anticipar que la presión competitiva turca sobre el precio del limón español seguirá siendo limitada a corto/medio plazo.

## COSECHA A LA BAJA

El avance del Ministerio de Agricultura de noviembre de 2025 sitúa la producción española de limón en 828 mil toneladas, lo que supone un descenso del 9,6% respecto a las 915 mil toneladas de la campaña anterior, sumándose al retroceso ya registrado en 2024/25 (-20% sobre 2023/24), como se puede observar en la Tabla 1.

Lo más destacable es que esta caída productiva no se explica por una reducción significativa de superficie, ya que las 47.996 ha en producción en 2025 son prácticamente idénticas a las de 2024 (47.991 ha), lo que indica que el ajuste tiene un origen exclusivamente agronómico, haciendo que el rendimiento medio nacional haya pasado de 19,1 t/ha en 2024 a 17,3 t/ha en 2025, una nueva caída del 9,6% que confirma el diagnóstico ya formulado en el informe de inicio de campaña, donde se señalaba el descenso continuo del rendimiento desde las 32,1 t/ha de 2018 hasta las 24,1 t/ha de 2024.

En 2025, Murcia produce 511 mil toneladas (62% de la producción nacional de limón), un 5,6% menos que en 2024 (541 mil toneladas), con una superficie que, sin embargo, ha crecido un 15,6% respecto al año anterior, pasando de 22.104 ha a 25.549 ha.

La Comunitat Valenciana es la segunda región productora de limón, con una aportación del 25% del total nacional. Su producción estimada para 2025 es de 209 mil toneladas, un 21,2% menos que en 2024, el descenso más acusado en términos relativos

de las tres grandes comunidades productoras. La práctica totalidad de la producción valenciana de limón procede de la provincia de Alicante, que concentra el 98,5% del total autonómico (206 mil toneladas), con 14.577 ha en producción.

Andalucía aporta el 12% de la producción nacional de limón, una cuota que ha crecido de forma modesta pero continua en los últimos tres años, a medida que Murcia y Valencia han reducido su peso relativo. Su cosecha estimada para 2025 es de 98 mil toneladas, prácticamente igual a la de 2024 (-1,1%), lo que la convierte en la región con mejor comportamiento productivo de la campaña. Dentro de Andalucía, Almería lidera con 54 mil toneladas (55% del total andaluz), seguida de Málaga con 34 mil toneladas.

## COTIZACIONES EN CAMPO

La campaña 2025/26 del limón Fino está registrando un comportamiento en las cotizaciones en campo que sobresale notablemente sobre los cinco ejercicios anteriores, ya que el precio no sólo arranca en niveles elevados, sino que se mantiene prácticamente estable durante toda la temporada de otoño-invierno, eliminando la caída estacional, que es un rasgo habitual en este sector (ver Gráfico 1).

En campañas anteriores, el precio arranca en septiembre en torno a los 55-62 €/100 kg, cae de forma progresiva durante el otoño e invierno hasta alcanzar sus mínimos entre enero y marzo (llegando en algunos ejercicios hasta los 13-20 €/100 kg) y después repunta en primavera conforme se agota la oferta. La campaña 2025/26 rompe ese esquema de forma radical, ya que desde la semana del 19 de septiembre (58 €/100 kg) hasta la última semana de enero (55 €/100 kg), el precio apenas varía, y a partir de

suficiente. No obstante, a partir de noviembre, cuando Sudáfrica se retira casi por completo del mercado europeo y el grueso de la cosecha española está ya disponible, los envíos se recuperan con fuerza: +8,8% en noviembre y, sobre todo, diciembre, que con 94.043 toneladas representa el mejor mes de todo el acumulado septiembre-enero y un extraordinario +35,6% sobre el año anterior. Finalmente, enero cierra con una caída moderada del 4%.

**ALZAS GENERALIZADAS EN VALOR Y COMPORTAMIENTOS MIXTOS EN VOLUMEN**

El mercado europeo absorbe prácticamente la totalidad de las exportaciones españolas de limón (ver Tabla 3). Alemania se mantiene como el primer destino con gran diferencia, con 91.774 toneladas y 162 millones de euros en el acumulado septiembre-enero.

En volumen, Alemania retrocede levemente (-5,5% respecto a 2024/25), pero en valor crece un 11,4%, lo que sitúa su precio unitario en 1,765 €/kg, el más alto de los grandes mercados y un 17,9% superior al de la campaña anterior. Francia, el segundo destino, crece tanto en volumen (+6,5%, hasta 49.643 toneladas) como en valor (+28,8%, hasta 82,6 millones de euros), con un precio unitario de 1,663 €/kg (+21%).

Los crecimientos más llamativos en términos relativos corresponden a mercados de menor tamaño. Países Bajos casi duplica su valor (+93%, hasta 20,4 millones de euros) con un volumen que crece un 47,3% (13.958 toneladas), reflejando el papel de este país como plataforma redistribuidora hacia el norte y centro de Europa. Dinamarca multiplica por casi dos su valor (+90,2%) y Bélgica registra un crecimiento destacado tanto en volumen (+36,1%) como en valor (+59,8%). Polonia, cuarto destino en volumen con 19.136 toneladas (+37,5%), también muestra un buen comportamiento con un precio unitario de 1,346 €/kg (+21,8%).

Los únicos mercados que retroceden en volumen son Alemania (-5,5%), Reino Unido (-8,8%) e Italia (-7,4%). Este último presenta además el peor comportamiento en perspectiva histórica, debido a que su volumen acumulado septiembre-enero es un 45,1% inferior a la media de cinco campañas, lo que refleja una pérdida estructural de posición de España en el mercado italiano del limón.

Un rasgo unificador de todos los mercados de destino es que el valor unitario de exportación ha crecido respecto a la campaña anterior en todos los casos sin excepción, con incrementos que oscilan entre el +10,6% de República Checa y el +31,1% de Países Bajos. Este encarecimiento general es la huella más clara del excepcional escenario de precios en campo que caracteriza esta campaña.

**IMPORTACIONES EUROPEAS**

Las importaciones de limón de la UE procedentes de terceros países en el acumulado septiembre-enero de la campaña 2025/26 ascienden a 104.933 toneladas, lo que supone una caída del 23% respecto al mismo periodo de 2024/25 y un 20,5% menos que la media de las cinco campañas anteriores (ver Gráfico 2).

Se trata de la contracción más intensa de los últimos años en el

**Evolución del volumen de exportaciones españolas (de 2020/21 a 2025/26)**

CAMPAÑA	Acumulado sept-ene	Var. % campaña anterior	Var. % Media 5 campañas anteriores
2020/21	291	0,4%	-
2021/22	270	-7,1%	-
2022/23	257	-5%	-
2023/24	264	3%	-
2024/25	269	1,8%	-1,9%
2025/26	279	3,8%	3,4%

Tabla 2. Datos acumulados (sept. 25 - enero 26). Datos en miles de toneladas. / FUENTE. DATACOMEX.

**Exportaciones españolas según principales destinos (2025/26)**

PAÍS	Acumulado 25/26	Var. % Campaña anterior	Var. % Media 5 campañas anteriores
Alemania	91.774	-6%	4%
Francia	49.643	7%	-3%
Reino Unido	28.022	-9%	-8%
Polonia	19.136	38%	5%
Países Bajos	13.958	47%	28%
Italia	11.795	-7%	-45%
Rep. Checa	8.906	-5%	18%
Bélgica	8.358	-36%	56%
Suecia	7.543	27%	46%
Dinamarca	6.032	59%	80%

Tabla 3. Volumen exportado (sept. 25 - enero 26). Datos en toneladas. / FUENTE. DATACOMEX.

mercado europeo de limón en los meses de invierno, y su causa es prácticamente unívoca: el colapso de las exportaciones turcas de limón hacia Europa.

**EL PESO DE TURQUÍA**

Para entender la magnitud del cambio, es necesario contextualizar el papel de Turquía en el mercado europeo de limón de invierno.

En el acumulado septiembre-enero de 2024/25, Turquía aportó 82.265 toneladas, el 61% de todas las importaciones extracomunitarias de limón de la UE en ese periodo, siendo con diferencia, el gran proveedor

relevante durante los meses de otoño e invierno.

En la campaña 2025/26, ese volumen se ha reducido a 39.263 toneladas, una caída del 52,3%, y su cuota sobre el total de importaciones extracomunitarias cae del 61% al 37%.

Este hundimiento es la consecuencia directa del colapso productivo documentado en el apartado de producción mundial, ya que con una producción estimada de apenas 1,1 millones de toneladas en 2025/26, Turquía sencillamente no tiene limón suficiente para abastecer sus compromisos históricos con el mercado europeo.

**LOS ORÍGENES ALTERNATIVOS CUBREN EL HUECO**

La retirada turca abre un espacio que los demás proveedores cubren solo de forma parcial. El más relevante es Sudáfrica, que aporta 39.521 toneladas, pero casi todas sus ventas están concentradas en septiembre (33.270 toneladas) y algo en octubre (6.116 toneladas), mes en que se solapa el final de su campaña exportadora con el inicio de la temporada europea (ver Tabla 4). Es por esto por lo que a partir de noviembre la presencia sudafricana es prácticamente testimonial, dejando claro que Sudáfrica es un proveedor de verano y otoño temprano para Europa, no un competidor de invierno.

Al final, la suma de todos los orígenes alternativos a Turquía en el acumulado septiembre-enero de 2025/26 asciende a apenas 65.669 toneladas, lo que pone en valor las más de 43.000 toneladas que Turquía ha dejado de enviar respecto al año anterior en este mismo periodo.

Con Turquía fuera del mercado en volúmenes normales, el precio español ha podido sostenerse en la banda de 55-63 €/100 kg sin encontrar resistencia competitiva, por lo que la caída en los envíos turcos al mercado europeo entre septiembre y enero no es sólo un dato de comercio exterior, sino que es el factor que hace inteligible el comportamiento más llamativo de toda la campaña, la ausencia de caída estacional del precio en campo. La campaña 2025/26 arranca así su primer tramo (septiembre-enero) con una caída del 23% interanual de las importaciones extracomunitarias.

La evolución del resto de la campaña dependerá fundamentalmente de si Sudáfrica, Argentina y los demás orígenes del hemisferio sur compensan o no en los meses de primavera y verano el déficit acumulado en invierno, y de hasta qué punto su

mayor presencia en ese segundo tramo devuelve presión competitiva sobre el precio español.

**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO**

Las estimaciones del USDA para esta campaña sitúan el consumo europeo de limón en 1.514.000 toneladas, lo que supone una caída del 11,5% respecto a las 1.710.000 toneladas de 2024/25 y un descenso del 12,9% frente a la media de las cinco campañas precedentes (1.739.000 toneladas). Es el nivel más bajo desde 2019/20 y rompe de forma brusca con el elevado nivel de consumo que caracterizó las campañas 2020/21 y 2021/22 (en torno a 1.830.000 - 1.837.000 t).

Con cotizaciones en campo más elevadas y un precio unitario de exportación considerablemente superior al registrado en el pasado, el limón ha llegado al consumidor europeo claramente más caro en esta campaña. No obstante, esta caída del 11,5% en el consumo europeo es también la cara opuesta del récord de valor exportado comentado anteriormente, con lo que el consumidor europeo, especialmente el más sensible al precio, absorbe ese encarecimiento reduciendo su consumo. El análisis del consumo de limón en los hogares españoles, medido a través del promedio móvil de los últimos doce meses, ofrece una lectura que difiere de la tendencia europea, ya que el volumen consumido en España sí que crece. En volumen, el promedio móvil mensual ha pasado de un mínimo de 7.001 toneladas en mayo de 2024 hasta las 7.789 toneladas de noviembre de 2025, recuperando un 11,3% desde ese suelo.

En términos interanuales, la mejora es sostenida y creciente, siendo el promedio de noviembre de 2025 un 6,1% mayor que el de noviembre de 2024, además de que en los meses anteriores se muestran también crecimientos interanuales que oscilan entre el 2% registrado a finales de 2023 y el 9,6% de mayo de 2025, dejando claro que la tendencia es claramente positiva desde mediados de 2024.

El gasto de los hogares en limón muestra una historia más acentuada, ya que el promedio móvil mensual de gasto ha pasado de un mínimo de 13.365 miles de euros en mayo de 2024 hasta los 17.342 miles de euros de noviembre de 2025, un incremento del 29,8%. Los crecimientos interanuales en valor se han acelerado de forma pronunciada a lo largo de 2025, ya que si en el tramo entre noviembre de 2023 y noviembre de 2024 el valor apenas se movía (-1,7%), en mayo de 2025 el diferencial interanual empieza a dispararse —+12,6% en mayo, +15,1% en junio— y alcanza el +26,1% en noviembre de 2025.

La divergencia entre el crecimiento del volumen (+6,1% interanual en noviembre de 2025) y el del valor (+26,1%) se explica íntegramente por el encarecimiento del producto. La aceleración del encarecimiento en 2025 es especialmente intensa, donde el precio implícito superó los 2 €/kg por primera vez en la serie en junio de 2025, alcanzó los 2,14 €/kg en septiembre y llegó a los 2,230 €/kg en noviembre de 2025. El comportamiento del consumo en 2025/26 configura un escenario en el que el consumidor español, que históricamente compra limón de forma sistemática y con escasa elasticidad en cantidad, está absorbiendo ese encarecimiento sin abandonar el producto, pero destinando un gasto mayor.

**UE-27. Principales proveedores extracomunitarios y exportaciones españolas al mercado europeo**

PAÍS	2025/26	2024/25	Variación %	Cuota 25/26	Cuota 24/25	Variación %
Sudáfrica	39.521	34.395	15%	11,3%	9,4%	20%
Turquía	39.263	82.265	-52%	11,2%	22,5%	-50%
Argentina	8.897	4.610	93%	2,6%	1,3%	102%
Egipto	7.072	9.331	-24%	2%	2,6%	-21%
Chile	7.070	2.184	224%	2%	0,6%	238%
Perú	1.106	1.573	-30%	0,3%	0,4%	-27%
España	244.573	229.603	-7%	70%	62,8%	11%
Total Terceros Países	104.933	135.752	-23%	30%	37,2%	-19%
TOTAL UE (España + T. países)	349.506	365.355	-4%	100%	100%	-

Tabla 4. Datos acumulados (septiembre - enero), variación interanual y cuota de mercado. Datos en toneladas. / FUENTE. Comisión Europea y DATACOMEX.

**Evolución de las importaciones de la UE desde países extracomunitarios y de las exportaciones españolas a la UE en 2025/26 (t)**

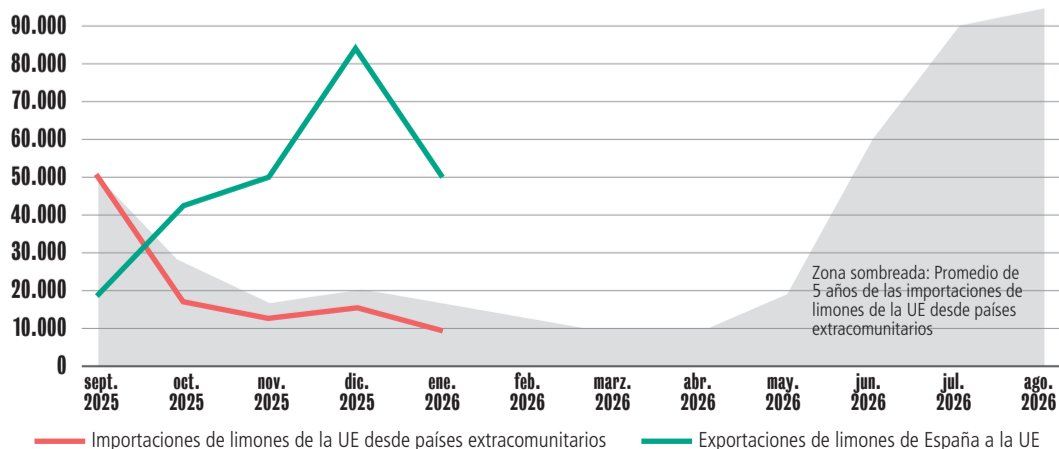


Gráfico 2. FUENTE. Comisión Europea y DATACOMEX.

## OPINIÓN

# Liderazgo, resiliencia y retos de futuro del limón de la Región de Murcia

La Región de Murcia es, desde hace décadas, un referente mundial en la producción y exportación de limón. Nuestro modelo agrario, basado en la calidad, la innovación y una clara vocación exterior, no sólo genera empleo y riqueza, sino que proyecta la imagen de nuestra tierra en los mercados europeos con una identidad propia y un prestigio consolidado. El limón forma parte de nuestra cultura productiva, de nuestra historia agrícola y de nuestra capacidad para competir en un entorno global cada vez más exigente.

España lidera la producción de limón en el ámbito mediterráneo y, dentro de este liderazgo, la Región de Murcia desempeña un papel determinante, concentrando una parte esencial de la producción nacional. Esta especialización ha permitido que, en determinados momentos, el limón español llegue a cubrir más del 90% del mercado europeo, lo que demuestra la fortaleza del sector y su importancia estratégica para el abastecimiento comunitario. Murcia, en ese contexto, actúa como uno de los grandes motores de la exportación agroalimentaria española.

La campaña 2025/2026 ha supuesto, en este sentido, un necesario respiro tras años especialmente complejos para el sector. La menor producción registrada, particularmente en el caso del limón Fino, ha permitido reequilibrar la oferta y la demanda, favoreciendo el mantenimiento de precios firmes en origen. Este ajuste ha evitado los hundimientos que sufrimos en campañas



El liderazgo del limón murciano no es casual; es el resultado de un esfuerzo sostenido y de un compromiso firme con la excelencia. / ARCHIVO

anteriores, cuando el exceso de producción lastraba gravemente la rentabilidad y competitividad de los agricultores y generaba incertidumbre en toda la cadena.

Este comportamiento más equilibrado del mercado ha aportado estabilidad al sector, permitiendo a los productores afrontar la campaña con mayor confianza. La demanda ha respondido de forma sostenida y la calidad del fruto ha sido, en términos generales, elevada, lo que ha contribuido a mejorar la posición del producto en los mercados internacionales.

En paralelo, la evolución de la campaña de limón Verna está siendo favorable, reflejando un mercado dinámico y con capacidad de absorción. La transición entre variedades, tradicionalmente uno de los momentos más delicados del calendario citrícola, se ha desarrollado en esta ocasión con normalidad, sin tensiones bruscas en los precios ni disfunciones en la

comercialización. La previsión de una producción también contenida en el Verna ha contribuido a sostener la firmeza del mercado, consolidando un escenario relativamente positivo.

Sin embargo, este contexto no debe llevarnos a la complacencia. El sector del limón sigue afrontando desafíos importantes que condicionan su competitividad y su sostenibilidad a medio y largo plazo. El primero de ellos es, sin duda, el incremento de los costes de producción. Fertilizantes, energía, agua y mano de obra han experimentado aumentos significativos en los precios de los últimos años, comprimiendo los márgenes de las explotaciones incluso en campañas con precios relativamente favorables como la actual.

Esta situación obliga a redoblar esfuerzos en eficiencia y a seguir avanzando en la modernización de las explotaciones. Pero también exige una reflexión conjunta sobre el funcionamiento de

la cadena alimentaria, ya que es imprescindible garantizar que el valor generado se distribuya de forma equilibrada y justa entre todos los eslabones, especialmente en favor del productor.

Junto a los costes, la sanidad vegetal se ha convertido en uno de los grandes pilares de la competitividad del sector citrícola. La globalización de los mercados y los efectos cada vez más evidentes del cambio climático están favoreciendo la aparición y expansión de plagas y enfermedades emergentes que suponen una amenaza real para nuestros cultivos. En los últimos años hemos comprobado cómo determinadas plagas han incrementado su incidencia, afectando tanto a la producción como a la calidad del fruto. Este fenómeno exige una respuesta firme, coordinada y basada en el conocimiento científico. No podemos permitir que los avances logrados durante décadas se vean comprometidos por la falta de herramientas o por la insuficiente adaptación a estos nuevos riesgos.

Desde el Gobierno regional estamos intensificando el trabajo. Hemos reforzado los sistemas de vigilancia fitosanitaria, mejorado los mecanismos de control y estamos impulsando la investigación y la transferencia de conocimiento al sector. Nuestro objetivo es claro: dotar a los agricultores de soluciones eficaces, seguras y sostenibles que les permitan hacer frente a estas amenazas con garantías.

No debemos olvidar que mantener la confianza de los mercados europeos depende en gran medida de nuestra capacidad



Por SARA RUBIRA (\*)

para asegurar altos estándares de calidad y seguridad alimentaria. El liderazgo del limón murciano no es casual; es el resultado de un esfuerzo sostenido y de un compromiso firme con la excelencia. Pero ese liderazgo debe defenderse cada día, anticipándose a los riesgos y adaptándose a un entorno cambiante.

Otro de los grandes retos estructurales es el agua. La Región de Murcia es un ejemplo de eficiencia en el uso de los recursos hídricos, pero la incertidumbre existente nos obliga a seguir avanzando en la optimización de cada gota de agua. La modernización de regadíos, la digitalización y la incorporación de técnicas avanzadas de cultivo son elementos clave para garantizar la viabilidad futura del limón.

El agua no es sólo un recurso productivo; es la base sobre la que se sustenta la agricultura del sureste español. Por ello, es imprescindible defender un modelo que garantice su disponibilidad y permita seguir desarrollando una agricultura competitiva y sostenible.

A pesar de todos estos desafíos, el sector del limón ha demostrado una notable capacidad de adaptación. La mejora varietal, la innovación tecnológica y la apuesta decidida por la calidad han permitido consolidar una oferta altamente competitiva en los mercados internacionales. Del mismo modo, la industria de transformación—especialmente en el ámbito del zumo— contribuye a aportar estabilidad, absorbiendo parte de la producción.

Desde el Gobierno de la Región de Murcia queremos reiterar nuestro compromiso firme con el sector citrícola. Seguiremos defendiendo sus intereses en el marco de la política agraria europea y en todos los foros en los que se toman decisiones que afectan a su futuro. Apostamos por un modelo agrario que sea, al mismo tiempo, sostenible, rentable y atractivo para las nuevas generaciones.

El limón murciano es mucho más que un cultivo. Es un símbolo de identidad, de esfuerzo colectivo y de excelencia productiva. Es el resultado del trabajo de miles de agricultores que, generación tras generación, han sabido convertir las dificultades en oportunidades y han hecho del campo murciano un referente internacional.

La campaña actual nos invita al optimismo, pero ese optimismo debe ir acompañado de una visión clara de los retos que tenemos por delante. Sólo desde la unidad, la innovación y la determinación podremos seguir reforzando el liderazgo de la Región de Murcia en el sector del limón.

Porque si algo ha demostrado el campo murciano es su capacidad para adaptarse, avanzar y liderar. Y ese seguirá siendo, sin duda, nuestro camino en los próximos años.

(\*) Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia

**Bioiberica**  
We are all one



Salud Vegetal

**Tu aliado natural para la citricultura**

www.planthealth.es

APEMAR  
RECOMIENDA  
PONER  
MARISCO  
ALLIMÓN



**ZAIDA**



*Amazona*

*Revelation*

Les Fruits d'une Passion

APEMAR.COM

LIMÓN  
ES

POMELO  
ES

# La campaña de limón Verna deja unos precios “históricamente altos”

Ailimpo destaca que se espera que la temporada de 2026 finalice de forma prematura a finales de mayo o en la primera semana de junio

► PILAR BENITO. MURCIA.

Buenas noticias para los productores del limón Verna que forman parte de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo). Pese a que este año 2026 la campaña se ha desarrollado con una merma en la cosecha de en torno al 30%, los precios han compensado esta reducción y ya se puede hablar de que son “históricamente altos”. Así lo manifiesta a **Valencia Fruits** el director de la asociación, José Antonio García, quien además destaca que se espera que la campaña, iniciada a pleno ritmo el 15 de abril, finalice “de forma prematura” a finales de mayo o primera semana de junio.

“A partir de ese momento tendremos cierto volumen de limones que ya no son Vernas de cosecha, sino limones verdes, rodrejos o segundos que nos permitirán seguir abasteciendo a algunos segmentos de demanda”, añade.

Por lo que respecta a esos altos precios, el director de Ailimpo explica que el limón Verna se ha pagado en el árbol en torno a 0,90-1 euro/kilo como dato promedio, reiterando que estas cantidades “han permitido compensar la merma de cosecha y dar rentabilidad global al productor”.

Otro dato a favor de los productores españoles de esta campaña es el descenso de volumen de limón turco que ha entrado en Europa, “prácticamente inexistente en abril y mayo, por lo que España ha tenido una cuota de mercado rozando el 95% en estos meses”, relata García. Esto ha permitido, a su vez, “poder trasladar al cliente esas cotizaciones en campo así como el fuerte incremento de costes derivado de la compleja situación geopolítica mundial”.

Como es habitual, a partir de junio entra en juego en el mercado europeo el limón del hemisferio sur, “una fruta de contra-estación hasta que demos comienzo a nuestra campaña de limón Fino a finales de septiembre”.

El director de Ailimpo recuerda que la variedad Verna sólo se produce en España y tiene unas características especiales con pieles más rugosas y corteza más gruesa con un menor nivel de acidez, más suave que el limón Fino. “Esa exclusividad nos permite además alargar la oferta de limón español en los meses previos al verano”, explica el director de Ailimpo.

■ CÍTRICOS LA PAZ

Por lo que respecta a la situación del grupo murciano Cítricos La Paz (junto con su filial principal, La Paz Fresh), que solicitó recientemente el concurso



El sector del limón español está cerrando la campaña de limón Verna. / J. ZAMORA (CEDIDAS POR AILIMPO)

voluntario de acreedores por una deuda acumulada de 36 millones de euros, García apunta que “es una situación particular de una empresa individual que se ha visto abocada al concurso de acreedores como consecuencia de una estrategia específica de diversificación de productos más allá del limón y el pomelo”.

“Desde Ailimpo —añade el director de la asociación— lo que podemos indicar es que el sector comercializador de limón goza de una excelente salud financiera, y deseamos que este concurso permita a esa firma una solución para los productores y trabajadores”.

■ CLOROSIS NERVIAL AMARILLA

Si algo tiene claro la interprofesional es que para que se cumpla el objetivo último de que el sector gane en competitividad tienen que ir “un paso por delante” del futuro y mantener en todo momento al productor “informado de lo que creemos que puede venir”. Informado y con herramientas para hacer frente, por ejemplo, al cambio climático, a los necesarios cambios en la producción, y a otro de sus efectos: las plagas, ya sean las conocidas (que intentan mantener a raya con el proyecto AGEFIS), como las nuevas apariciones, como la “muy preocupante” clorosis

El descenso de volumen de limón turco que ha entrado en Europa, prácticamente inexistente en abril y mayo, ha permitido que España haya tenido una cuota de mercado rozando el 95% en estos meses



José Antonio García confirma que la campaña finalizará a finales de mayo o primera semana de junio. / ARCHIVO

En la Región de Murcia ya se ha confirmado la presencia de la clorosis nervial amarilla de los cítricos (CYVCV) en cinco plantaciones

La interprofesional estima que unas 4.000 hectáreas de nuevas plantaciones podrían estar afectadas por la clorosis nervial amarilla, pero hay que revisarlas todas, nuevas y antiguas

nervial amarilla de los cítricos (CYVCV).

El técnico de Ailimpo, Antonio Hernández, advierte de que este patógeno, expandido a través de plantas procedentes de viveros, “es capaz de infectar a todas las especies de cítricos”, si bien hasta ahora sólo han mostrado síntomas el limón, la lima y el naranjo amargo. “Es peligrosísimo”.

En Murcia ya se ha confirmado su presencia, “por ahora”, en cinco plantaciones, “todas jóvenes”, por lo que desde Ailimpo se reclama a la Consejería de Agricultura de Murcia “que actúe rápido” y firme la resolución necesaria de arranque de las fincas afectadas, así como una orden de compensación económica, “una indemnización justa”, a los agricultores afectados. “Es lo único que se puede hacer para evitar que se propague y es lo que ya ha hecho la Generalitat Valenciana”, subraya Hernández, quien explica que la interprofesional también aboga por la coordinación entre las administraciones autonómicas y con el Ministerio.

“No conocemos cómo se va a comportar esta plaga ni cuáles son todos sus vectores, por eso hay que erradicarla y ahora es el momento clave, no se puede esperar”, añade, y señala que Ailimpo ha puesto todo sus medios técnicos a disposición de la administración regional.

Insiste el técnico en que así se lo pidió Ailimpo a la Consejería en la última reunión de la Mesa de Sanidad Vegetal de la Región de Murcia. “No puede perder tiempo y la administración autonómica es la responsable de la sanidad vegetal; pero no hemos visto una respuesta todo lo contundente que el sector necesita; sólo el plan de prospección, que se quedará corto si no va acompañado de esas otras actuaciones”, concluye Antonio Hernández.

Haciendo un cálculo de la repercusión que esta nueva plaga puede tener en las plantaciones de sus socios, la interprofesional Ailimpo estima que unas 4.000 hectáreas de nuevas plantaciones podrían estar afectadas. “Pero hay que revisarlas todas, nuevas y antiguas”.

Finalmente, Hernández recuerda que se acaba de poner en marcha el Comité Científico de Ailimpo. El Comité (que integra investigadores del CEBAS-CSIC y del IMIDA) trabajará en coordinación con el equipo técnico de la interprofesional y se abordarán aspectos agronómicos, biotecnológicos, alimentarios y relacionados con la salud de las plantaciones.

# Con agua

# Sin agua

## En defensa del Trasvase Tajo-Segura



JOSÉ VICENTE ANDREU / Presidente de Asaja Alicante

# “La cosecha cae un 3%, pero la exportación crece un 8% y los precios al agricultor, un 35%”

*La campaña del limón deja este año un sabor agridulce en la Comunitat Valenciana. Mientras el Fino cierra con precios al alza, una demanda récord y una calidad “extraordinaria”, el sector mira con enorme preocupación la expansión de la clorosis nervial amarilla, un virus que, según advierte José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante, mantiene a los productores “rozando el pánico”. En esta entrevista, Andreu analiza el buen comportamiento comercial del limón valenciano, pero también alerta sobre la amenaza sanitaria que podría poner en jaque al cultivo, el virus de la clorosis nervial, y reclama una respuesta urgente de las administraciones, al tiempo que pone el foco en la presión de las importaciones y la competencia de terceros países sobre la rentabilidad del sector.*

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo está avanzando la campaña del limón 2025-2026 en la Comunitat Valenciana? ¿Se han cumplido las previsiones que apuntaban a una bajada de la producción?

**José Vicente Andreu.** La campaña de limón Fino se cierra con muy buenas cifras. La reducción de cosecha estimada inicialmente a principio de campaña entre un 12-15%, finalmente ha sido sólo de un 3%. En contraposición, las exportaciones han subido un 8% con respecto al año anterior, fruto del magnífico trabajo que han realizado los agricultores en cuanto a control de plagas como el trips o la pulvinaria. La calidad del limón este año está siendo extraordinaria, con una tasa de aprovechamiento muy alta; de hecho, el destinado a industria se ha reducido un 11%. En cuanto a precios, el agricultor ha recibido por su cosecha entre un 30 y un 35% más. En definitiva, podemos afirmar que ha sido una campaña muy positiva en origen.

Ahora mismo estamos en plena campaña del Verna, con una gran demanda, precios al alza y una oferta en campo muy limitada. La recolección de esta variedad terminará no más allá del 15 de junio, si bien de forma escalonada se seguirán recolectando rodrejos tanto de Fino como de Verna para ir atendiendo a los clientes hasta septiembre, cuando se inicie la nueva campaña.

**VF.** ¿Qué está implicando esta menor producción en el día a día del agricultor en términos de rentabilidad y organización de la campaña?

**JVA.** Si la reducción de producción es limitada y los precios se incrementan en mayor medida que la reducción de cosecha, la rentabilidad de las explotaciones de limón se mantiene o se incrementa. Es el caso de este año, no muy habitual por desgracia, pero en esta ocasión sí se ha dado. Este hecho hay que evaluarlo dentro del contexto global del limón en el ámbito internacional, con reducciones de la producción muy importantes en Turquía.

Este hecho deja a las claras que la pérdida de rentabilidad viene dada por esa competencia desleal de terceros países, porque el incremento de precio para los agricultores, más por la reducción de oferta de terceros países que por la nuestra.



Andreu destaca que este año hay una tasa de aprovechamiento muy alta; el destinado a industria se ha reducido un 11%. / AA

**“La guerra más grave es la que tenemos cada día contra estas nuevas plagas. La sanidad vegetal es el gran desafío de la citricultura para los próximos años”**

**“Hay miles de plantones afectados por la clorosis que hay que arrancar por la vía más rápida posible con la duda de no saber —por ahora— si el virus ha colonizado ya nuestros ecosistemas agrarios”**

**“Ahora mismo estamos en plena campaña del Verna, con una gran demanda, precios al alza y una oferta en campo muy limitada”**



La calidad del limón esta campaña está siendo “extraordinaria”. / ASAJA ALICANTE

**VF.** Esta campaña está marcada por la aparición y expansión de la clorosis nervial amarilla. ¿Cómo describiría la situación actual del sector ante esta enfermedad?

**JVA.** De absoluta incertidumbre, rozando el pánico. De pronto se nos ha colado un virus desconocido que amenaza muy seriamente el cultivo. Hay decenas de miles de plantones afectados que

hay que arrancar por la vía más rápida posible con la duda de no saber —por ahora— si el virus ha colonizado ya nuestros ecosistemas agrarios.

**VF.** ¿Qué medidas se están aplicando para su control y erradicación? ¿Son suficientes?

**JVA.** Algunos agricultores empezaron a notar los síntomas y desde Asaja lo expusimos a Conselleria con urgencia para que actuaran de inmediato. El desafío es muy grande: localizar todas las plantas de 2024 y 2025 potencialmente afectadas exige un esfuerzo importante que se está realizando desde Sanidad Vegetal. Nuestra organización agraria está contactando con los agricultores, informando y coordinando.

En estos momentos se requiere a Agricultura agilidad en la toma de muestras y un mapa actualizado de las parcelas afectadas. Desde el departamento de virología del IVIA están trabajando a marcha forzada para conocer el patógeno y definir estrategias de lucha. Es de agradecer ese esfuerzo, pero son muchas las incógnitas y los miedos. Aún se desconoce el alcance real, el importe de las indemnizaciones por arranque y replantación... Estamos manteniendo reuniones con la administración y hemos solicitado un flujo de información permanente sobre el control del virus. Asimismo, les hemos exigido coordinación con otras comunidades autónomas.

**VF.** ¿Qué riesgos hay de que la clorosis se convierta en un problema estructural del cultivo a medio plazo?

**JVA.** En naranja y mandarina no hay daños, pero en limón sí,

sin poder determinar la cuantía. Es un virus inestable que se manifiesta en función de la climatología, siendo el tiempo fresco y húmedo las condiciones óptimas para declararse con mayor virulencia. No sabemos cómo va a afectar, pero bien, seguro que no.

Si desde Tarragona hasta La Safor el virus ya se ha instalado, será difícil que no se establezca también más al sur, en Alicante y Murcia. Pero hay que intentar frenarlo. Hasta ahora no hay constancia oficial de que haya llegado a plantas adultas de limoneros. Y precisamente, diría que ese es el objetivo. Ahora debemos ir todos a una para que esto no se convierta en un problema estructural.

**VF.** Por otro lado, estamos viviendo una situación geopolítica complicada con la guerra en Oriente Medio. ¿Cómo está afectando esto al sector del limón?

**JVA.** En este caso no estamos notando los efectos de esa guerra. La “guerra” más grave es la que tenemos cada día contra estas nuevas plagas. La sanidad vegetal es el gran desafío de la citricultura para los próximos años. Ejemplo de ello es que pueden darse problemas de suministro de cítricos a consecuencia del HLB en América, con el consecuente incremento de costes.

**VF.** ¿Cómo está el equilibrio entre producción nacional e importaciones esta campaña?

**VF.** Salvo en Sudáfrica y Egipto, en el resto de los países productores hay una caída generalizada de las producciones. Vamos a ver cómo las importaciones en Europa crecen por falta de producto europeo.

Probablemente esa es la consecuencia más directa de las políticas contra el sector primario europeo. Restricciones en agua, fertilizantes, fitosanitarios, ecorregímenes absurdos, más plagas y enfermedades... El resultado final es menos fruta y más cara para el consumidor.

Al final de todo ello, y más en el sector del limón, lo que no tenemos que hacer es lo que hacen los flamencos: “esconder la cabeza”. Es conveniente hablar con la competencia y coordinarnos para evitar situaciones de solape de oferta con las producciones del hemisferio sur.

**VF.** Esta campaña, ¿cómo está respondiendo la demanda?

**JVA.** La demanda va bien. Los ciudadanos quieren consumir. Este año, con fruta más cara, el consumo de limón ha crecido un 8%, una cifra récord.

**VF.** ¿Cuáles son las principales demandas de Asaja Alicante para el sector del limón?

**JVA.** Parar el virus de la clorosis. Hay que detenerlo como sea. No hay que escatimar en medios. Hay que ayudar a los afectados: que vuelvan a plantar, que vuelvan a cultivar, que no se abandonen. Nos jugamos el futuro de miles de familias.

**VF.** En conjunto, ¿estamos ante una campaña de transición o ante un punto de inflexión para el futuro del limón en Alicante?

**JVA.** Depende de cómo se mire. Desde el punto de vista de la sanidad vegetal y las consecuencias de la clorosis nervial amarilla, estamos al borde del precipicio. La amenaza de terceros países nos preocupa, pero estamos seguros de nuestras capacidades.

Como punto positivo, el sector presentan una gran madurez y creciente profesionalidad, aspecto que nos refuerza.



En líneas generales, la comercialización avanza con un ritmo lento, marcada por la escasez de oferta y las cotizaciones al alza. / ARCHIVO

JUAN BELLODA / Productor y responsable del cultivo de limón en COAG Andalucía

# “La campaña andaluza de limón no alcanzará las 96.773 t previstas”

*La campaña del limón en Andalucía está marcada por una menor disponibilidad de producto a consecuencia de la climatología, una situación que ha tensionado el mercado y ha impulsado los precios al alza. Esta falta de oferta está, de momento, compensando tanto el descenso de producción como el aumento de los costes de insumos, aunque el sector advierte de que este equilibrio no parece sostenible en el tiempo. Todo ello en un contexto en el que el sector andaluz observa con atención la evolución de la competencia exterior y reclama mayor vigilancia en frontera, así como el cumplimiento de las reglas del mercado para garantizar la competitividad de la producción comunitaria.*

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué balance hace de la campaña 2025-2026 hasta el momento?

**Juan Belloda.** Estamos ante campaña normal con algunas incidencias meteorológicas y precios al alza dentro de la tendencia de los últimos años.

Según el aforo de producción de la Consejería de Agricultura, presentado en septiembre de 2025, se esperaban 96.773 t de limón para esta campaña, lo que supone una reducción del 2,4% en comparación con la anterior. Aunque todavía no se disponen de todos los datos, la previsión que tenemos es que no se alcance finalmente ese aforo.

El tren de borrascas afectó a buena parte de la superficie productora de limón, sobre todo en el Valle del Guadalhorce en Málaga, donde se inundaron unas 4.200 ha de cítricos, con pérdidas de hasta un 30%, lo que ha condicionado la disponibilidad de producto.

En líneas generales, la comercialización avanza con una comercialización lenta y marcada por la escasez de oferta, lo que está impulsando los precios. Las cotizaciones encadenan varias semanas de subidas y, en la última, se sitúan en torno a los 0,80 €/kg, un 82% más que la media de las últimas campañas (2020/21 a 2024/25), consolidando así la tendencia alcista ya registrada

en la campaña anterior, cuando el precio medio aumentó un 69%.

No obstante, esta subida no se traslada en su totalidad al campo. Según el último IPOD de COAG del mes de abril, el diferencial del limón alcanza el 284%.

**VF.** En un contexto internacional marcado por la guerra en Oriente Medio, ¿qué peso están teniendo actualmente los costes de insumos como fertilizantes, energía o fitosanitarios en la rentabilidad del cultivo?

**JB.** De momento, el aumento de los precios está compensando tanto las bajadas de producción como el incremento de los costes de los insumos. Los cítricos andaluces siguen siendo rentables, aunque requieren un elevado volumen de insumos, especialmente en el abonado, que es precisamente uno de los capítulos que más está subiendo.

Las explotaciones más pequeñas, como las de Málaga, son más vulnerables a estas subidas, al

contar con una economía más ajustada. Esto puede suponer un riesgo en los próximos meses, por lo que estamos a la espera de la evolución de los costes —que estimamos que aumentarán entre un 20% y un 25%— y de las medidas de apoyo por parte del Gobierno y de la UE.

**VF.** Esta campaña está marcada en España por la aparición de la clorosis nervial amarilla en cítricos. ¿Se está detectando también presión de esta enfermedad



La clorosis aún no se ha detectado en Andalucía, pero el sector se muestra preocupado ante su posible expansión. / ARCHIVO

en Andalucía? ¿Hay preocupación por su posible expansión?

**JB.** A día de hoy no hay constancia de la enfermedad en Andalucía. Aun así, la preocupación es máxima y esperamos que las administraciones estén vigilantes. Además, contamos con el Plan Andaluz de Vigilancia Fitosanitaria en Cítricos que ayuda a la detección temprana de plagas y enfermedades.

Una de las principales recomendaciones son las correctas medidas de higiene en campo durante la recolección, esto es especialmente importante ya que las empresas comercializadoras pueden favorecer la dispersión del virus entre comunidades por el intercambio de material (cajas). Llamamos la atención para que todo el mundo cumpla con las recomendaciones y protejamos las plantaciones andaluzas.

**VF.** ¿Cómo está evolucionando el equilibrio entre producción andaluza e importaciones en esta campaña? ¿Qué papel están jugando países terceros como Turquía, Egipto o Sudáfrica en el mercado europeo del limón?

**JB.** Este año, la principal preocupación se centra en las importaciones procedentes de Sudáfrica y de los países del Mercosur, especialmente Argentina y Uruguay. Aunque el volumen total de importaciones se mantiene todavía por debajo de la media —160.650 t frente a las 126.860 t registradas hasta el mes de abril—, no se descarta que finalmente pueda alcanzarse.

En el caso de Turquía, se ha registrado una caída del 50% en las importaciones, probablemente derivada del aumento de los controles en frontera, ya que es uno de los orígenes con más alertas fitosanitarias. Aun así, sigue siendo el principal país importador, con más de la mitad del total de importaciones de la UE.

Por otro lado, preocupa la evolución de Sudáfrica, con un incremento cercano al 30%. También destacan las subidas de Uruguay, con un 167%, y Argentina, con un 96%. Si bien, en términos absolutos, estos volúmenes aún son reducidos dentro del total, la preocupación es elevada por su potencial de crecimiento, especialmente tras la firma del acuerdo UE-Mercosur, recordando que los cítricos figuran entre los productos considerados sensibles dentro de dicho acuerdo.

**VF.** ¿Cómo está respondiendo la demanda?

**JB.** La respuesta está siendo positiva si tenemos en cuenta que el limón es el producto más estable dentro de los cítricos. No obstante, en los últimos años se ha observado un descenso del consumo del 19,2% a nivel nacional y del 17% en Andalucía.

**VF.** ¿Cuáles son actualmente las principales reivindicaciones del sector del limón en Andalucía?

**JB.** Básicamente lo mismo que para el resto de producciones: vigilancia máxima en frontera, tanto por alertas fitosanitarias como por la entrada de plagas y enfermedades que acechan nuestras producciones; vigilancia del cumplimiento de la Ley de la Cadena, con un Observatorio de Precios que permita contar con referencias para evitar la venta por debajo de costes; y especial atención al cumplimiento de las cláusulas de salvaguarda del acuerdo UE-Mercosur para evitar la sustitución total de los mercados de destino de nuestras producciones por las importaciones de países terceros.

# El limón turco entra en una etapa de creciente tensión climática y comercial

Las dos últimas campañas han evidenciado la vulnerabilidad climática y comercial de un sector que había reforzado su peso internacional durante la última década

## ► NR. REDACCIÓN.

Turquía se ha consolidado durante los últimos años como uno de los principales actores internacionales en el mercado del limón. El crecimiento de la producción, el aumento de la superficie plantada y la expansión exportadora han reforzado el peso del país en numerosos destinos, especialmente en Oriente Medio, Rusia y Europa del este.

Los datos recogidos por TurkStat y analizados por el Depar-

tamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) muestran una evolución ascendente de la producción turca durante la última década, acompañada por un incremento del número de árboles y de la superficie cultivada. Este crecimiento ha permitido al país ganar relevancia internacional gracias a una combinación de volumen, competitividad y capacidad exportadora.

El principal núcleo productor continúa siendo la provincia de

Mersin, que concentra aproximadamente la mitad de toda la producción nacional. Junto a esta región mediterránea, otras zonas productoras han ido reforzando progresivamente su presencia en el sector cítrico turco.

En el calendario productivo destacan variedades tempranas como Mayer, cuya recolección comienza en septiembre, seguidas posteriormente por variedades como Lamas y Kutdiken. El USDA señala además que el uso



Los limones, conocidos como "Yatak", se venden en Rusia, Georgia, Irak y Europa. / PCS

de la variedad Interdonato ha disminuido en los últimos años debido a las condiciones climáticas adversas, un aspecto que refleja hasta qué punto el factor climático empieza a condicionar las decisiones varietales del sector.

## ■ EL IMPACTO CLIMÁTICO

Tras varios años de expansión, las dos últimas campañas han puesto de manifiesto una creciente vulnerabilidad del cultivo frente a fenómenos climáticos extremos.

En la campaña 2024/25, la producción de limón en Turquía descendió un 26% hasta situarse en 1,73 millones de toneladas debido a las elevadas temperaturas registradas durante la floración de primavera. Un año después, el sector vuelve a enfrentarse a una reducción todavía más acusada. Para la campaña 2025/26, el USDA prevé una caída adicional del 35%, hasta 1,1 millones de toneladas, como consecuencia de las heladas y episodios de frío registrados entre marzo y abril de 2025.

El impacto de las bajas temperaturas fue especialmente severo en determinadas zonas productoras. El informe destaca el caso de la región del Egeo, donde la producción ha pasado de 128.700 toneladas en 2024 a apenas 64.700 toneladas en 2025.

La sucesión de fenómenos extremos en campañas consecutivas —primero calor excesivo y después heladas— ha puesto de relieve la sensibilidad estructural del limón dentro de la citricultura turca. De hecho, el propio USDA recuerda que Turquía dispone de menos superficie de limón que de otros cítricos precisamente porque se trata de un cultivo especialmente sensible al frío.

Este escenario añade además un factor creciente de incer-

tidumbre para el sector. A diferencia de otros cultivos con mayor capacidad de adaptación a oscilaciones térmicas, el limón presenta una elevada exposición tanto a las bajas temperaturas como a determinados episodios de estrés térmico durante fases críticas del desarrollo vegetativo.

## ■ LA FRAGILIDAD DEL LIMÓN

La reducción de la cosecha ha tenido una repercusión directa tanto en el mercado interior como en el comercio exterior. El USDA prevé que el consumo nacional de limón descienda un 42% en la campaña 2025/26, hasta 754.000 toneladas, debido principalmente a la menor disponibilidad de fruta y al incremento de precios.

La volatilidad se ha convertido en uno de los elementos más visibles de la actual campaña. Según el informe, durante agosto y septiembre de 2025 los precios minoristas del limón llegaron a situarse entre 120 y 150 liras turcas por kilo (alrededor de 2,5-3,3 euros/kg), aproximadamente el doble que durante el mismo periodo del año anterior. Posteriormente, las cotizaciones minoristas se movieron entre 50 y 70 liras por kilo (1,1 y 1,5 euros/kg).

También en origen las diferencias de precios han sido muy acusadas según las regiones productoras. Mientras en algunas zonas las ventas en campo se situaban entre 10 y 15 liras por kilo (alrededor de 0,22-0,33 euros/kg), en otras alcanzaban niveles de entre 20 y 40 liras (aproximadamente 0,45-0,90 euros/kg).

Esta situación ha aumentado la presión sobre toda la cadena comercial y exportadora en un contexto ya marcado por el incremento de costes de producción y almacenamiento.

**MAF RODA**  
AGROBOTIC

Visionary Engineering

## El futuro del análisis de calidad de la fruta

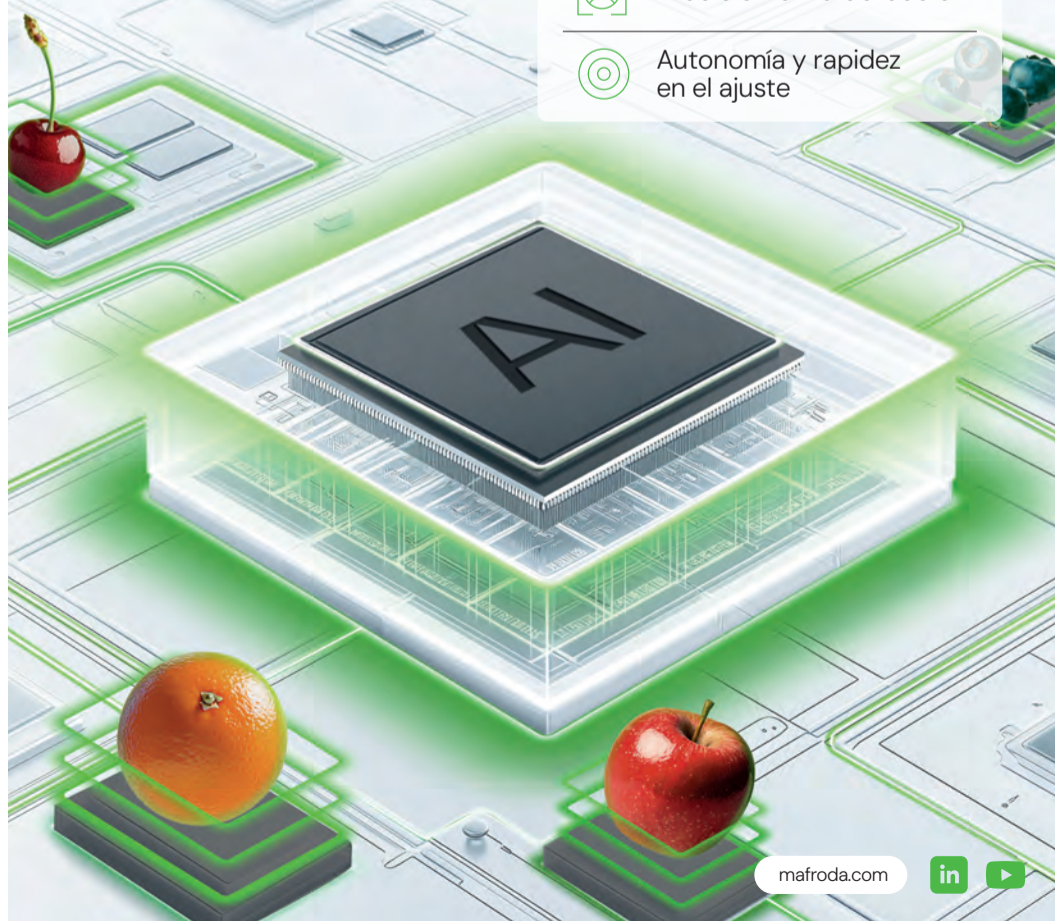
Nuestros sistemas de calidad con IA mejoran la precisión y agiliza los ajustes en la detección de defectos en frutas.

 Optimización inteligente

 Máximo rendimiento

 Precisión en la detección

 Autonomía y rapidez en el ajuste



mafroda.com

in

▶



Tras años de expansión, las dos últimas campañas han puesto de manifiesto una creciente vulnerabilidad del cultivo frente a fenómenos climáticos extremos. / ARCHIVO

**Para la campaña 2025/26, el USDA prevé una caída adicional del 35%, hasta 1,1 millones de toneladas, como consecuencia de las heladas y episodios de frío registrados entre marzo y abril de 2025**

#### ■ UN SECTOR BAJO PRESIÓN

El USDA identifica varios de los principales problemas que afrontan actualmente los productores turcos de limón: bajos precios en origen frente a elevados precios de mercado, aumento de los costes laborales para poda y mantenimiento, control de plagas y enfermedades, costes energéticos, fertilizantes, riego y productos fitosanitarios, además de dificultades relacionadas con la calidad y la comercialización.

Uno de los aspectos más llamativos recogidos en el informe es la dificultad de conservar el limón en cámaras frigoríficas convencionales debido al elevado coste del almacenamiento. En algunas zonas de Capadocia, concretamente en Ürgüp, algunos operadores continúan utilizando cuevas naturales para almacenar fruta destinada a exportación, una práctica tradicional que permite reducir costes de conservación.

El almacenamiento adquiere una importancia especialmente relevante en el caso del limón, un producto muy condicionado por la necesidad de alargar su vida comercial y mantener una oferta estable durante amplios periodos.

En este contexto, representantes del sector consideran que los exportadores turcos de cítricos deberían recibir un mayor apoyo por parte del Gobierno para compensar el aumento de costes y mantener la competitividad internacional.

#### ■ MÁS TENSION COMERCIAL

El comercio exterior continúa siendo uno de los pilares fundamentales del sector turco del limón. Sin embargo, la reducción productiva de las dos últimas campañas también ha comenzado a reflejarse en las cifras exportadoras.

En la campaña 2024/25, las exportaciones turcas de limón y lima se situaron en 444.069 toneladas, un 27% menos que el año anterior. Para 2025/26, el USDA prevé un nuevo descenso, esta vez cercano al 20%, hasta las 350.000 toneladas.

Irak y Rusia continúan siendo los principales destinos de exportación para el limón turco, seguidos por Polonia, Rumanía, Ucrania, Serbia y Bulgaria. Las variedades Interdonato y Lamas siguen siendo las más valoradas para exportación debido a su calidad y capacidad de conservación.

No obstante, el propio USDA advierte de que las exportaciones turcas pueden verse afectadas por diversos factores, entre ellos la evolución de los requisitos fitosanitarios en los países importadores, las fluctuaciones monetarias y el contexto geopolítico.

La incertidumbre comercial quedó reflejada también en abril de 2025, cuando el Ministerio de Comercio turco anunció temporalmente la suspensión de las exportaciones de limón para garantizar el abastecimiento interior y contener el aumento de precios tras las heladas. Posteriormente, y tras las objeciones planteadas por productores y exportadores, las autoridades

modificaron la medida y optaron por mantener las exportaciones bajo un sistema de supervisión administrativa.

Más allá de la duración limitada de esta decisión, el episodio también puso de manifiesto la sensibilidad del mercado en una campaña marcada por la reducción de cosecha y la elevada volatilidad.



Irak y Rusia continúan siendo los principales destinos para el limón turco. / ARCHIVO

#### ■ POSIBLE CAMBIO DE ESCENARIO

Lejos de cuestionar el peso internacional alcanzado por Turquía en limón durante la última década, el actual escenario refleja una mayor exposición del sector a factores difíciles de controlar y una creciente volatilidad tanto en producción como en comercialización.

En este contexto, la evolución de las próximas campañas permitirá comprobar hasta qué punto el sector logra mantener su competitividad internacional en un entorno marcado por una menor estabilidad climática y comercial.

## Reduce materias activas Aumenta la confianza en tu fruta.

Maximiza tus resultados con nuestras soluciones postcosecha sin residuos para cítricos  
**100% NATURALES Y EFICACES**

**Reduce mermas por afecciones postcosecha**  
**Mejora la gestión de LMRs**  
**Reduce las materias activas**  
**Alarga la vida útil del limón**



**Sani  
Fruit**  
Healthy Friture

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

# Argentina redefine su estrategia comercial del limón

El USDA prevé una campaña estable en volumen en un contexto marcado por la creciente orientación hacia EEUU, la presión de Sudáfrica y el peso de la industria

■ N. RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La producción argentina de limón se mantendrá prácticamente estable en la campaña 2025/26, en un contexto de buenas condiciones climáticas y recuperación de rendimientos, aunque el sector continúa afrontando importantes desafíos comerciales y de competitividad en los mercados internacionales. Así lo refleja el último informe del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), que sitúa la cosecha en torno a 1,9 millones de toneladas, un volumen muy similar al revisado para la campaña anterior.

El dato confirma la capacidad productiva de Argentina, uno de los grandes actores mundiales del limón, pero también evidencia un cambio progresivo en el posicionamiento comercial del sector, cada vez más orientado hacia Estados Unidos y sometido a una competencia creciente en Europa.

La producción de limón en Argentina se concentra principalmente en las provincias del noroeste del país, especialmente Tucumán, que representa alrededor del 80% del volumen nacional, junto a Salta y Jujuy. Las condiciones agroclimáticas de



La producción argentina de limón se mantendrá prácticamente estable en la campaña 2025-26. / FEDERCITRUS

esta región —clima subtropical, lluvias estivales, temperaturas moderadas y disponibilidad hídrica— continúan favoreciendo el desarrollo de fruta de calidad y con características especialmente adecuadas para la industria transformadora.

El calendario productivo argentino permite además abastecer los mercados internacionales en contraestación respecto al hemisferio norte. En cuanto al estado agronómico del cultivo, la floración se desarrolla entre septiembre y octubre, mientras

que la cosecha se concentra entre marzo y agosto, con exportaciones que se prolongan hasta septiembre. Esta ventana comercial convierte a Argentina en un proveedor relevante durante los meses de menor disponibilidad de limón europeo.

Uno de los aspectos más destacados del informe es la fuerte revisión al alza realizada sobre la campaña 2024/25. Inicialmente, las previsiones apuntaban a una caída significativa de la producción hasta 1,38 millones de toneladas, aunque finalmente el USDA ha elevado esa cifra hasta 1,91 millones gracias a unas condiciones meteorológicas mucho más favorables de lo esperado y a un menor impacto de las lluvias sobre la floración.

Para 2025/26, el organismo estadounidense prevé nuevamente una cosecha cercana a 1,9 millones de toneladas, apoyada en unas condiciones climáticas estables y prácticamente libres de heladas.

## ■ LA INDUSTRIA, EL GRAN PILAR DEL SECTOR

Pese a esta estabilidad productiva, el informe deja claro que el principal reto del sector argentino ya no se sitúa en el volumen, sino en la rentabilidad y en la capacidad para mantener competitividad en un mercado global cada vez más saturado.

El incremento de los costes laborales, energéticos y logísticos, junto al encarecimiento de fertilizantes y productos fitosanitarios, continúa presionando los márgenes del sector. A ello se suma un contexto internacional de sobreoferta y presión bajista sobre los precios del limón fresco durante los últimos años.

En este escenario, la industria transformadora mantiene un papel fundamental para el equilibrio del negocio cítrico argentino. Según el USDA, entre el 70% y el 75% de la producción nacional

## CITROPOST

### Postcosecha de limón

España es el principal productor europeo de limón y líder mundial en exportaciones del fruto en fresco. Estos mercados tienen unos elevados requerimientos en cuanto a calidad y seguridad alimentaria y el cumplimiento de estos exigentes estándares de calidad es la principal causa del éxito comercial del limón español. Citrosol es la empresa líder aportando soluciones postcosecha al sector exportador del limón. Trabajamos codo con codo con nuestros clientes, aportándoles todo nuestro know-how, el mejor servicio técnico y un asesoramiento personalizado para que el limón llegue con la máxima calidad al consumidor final, ayudando con ello, a su vez, a combatir de forma tangible el desperdicio alimentario.

La actual está siendo una campaña caracterizada por una producción baja tanto de limón cv. Fino como de cv. Verna, del cual, a estas alturas, están terminándose los últimos stocks.

Respecto a las segundas floraciones, sobre todo de cv. Verna se están caracterizando por una falta de homogeneidad tanto en calibre como en estado de madurez. En este contexto, la campaña de limón *Verdelli* de ambas variedades se presenta con volúmenes mayores que los años anteriores, pero habrá que esperar a conocer los datos de importaciones procedentes de Sudáfrica, Argentina y Chile para ver su relevancia comercial.

Ante este escenario tan exigente y competitivo, las diferencias vienen marcadas por los pequeños detalles, por lo que hay que prestar especial atención a cada etapa del proceso, desde la recolección hasta el mismo momento de expedición de la fruta; y es aquí donde nuestras soluciones y equipos aportan alto valor tecnológico a la confección del limón, garantizando la máxima calidad final del producto en destino y cumpliendo

por supuesto con todos los requisitos legislativos y las normas europeas de seguridad alimentaria.

**Condiciones de recolección y de recepción en el almacén:** Recolección cuidadosa de la fruta en campo. Seleccionar partidas de fruta que no hayan sufrido cambios bruscos de temperatura, sin daños externos y evitando recolectar la fruta tras un periodo muy húmedo y/o tras lluvias intensas. Evitar y/o minimizar los golpes durante recolección y transporte para atenuar posibles daños por oleocelosis. En el almacén se ha de tratar de forma urgente en drencher o en línea (extremar las precauciones en caso de pre-calibrar), para luego transferir a condiciones de desverdización.

**Selección y lavado de la fruta:** La selección debe ser muy cuidadosa. Solo se debe destinar a la exportación fruta de máxima calidad. Del mismo modo, un correcto lavado resulta indispensable para eliminar la suciedad del campo, reducir la concentración de pesticidas y eliminar los restos de fruta podrida que están adheridos a la piel de los frutos y que, además de ensuciar la línea, nos impedirán tratar y encerar la fruta correctamente. Para ello disponemos de una gama de detergentes especialmente indicados, como *Detersol-Bio* (para limones ecológicos).

**Tratamiento fungicida para una óptima protección:** La elección de las materias activas a emplear es un punto crítico, así como los diferentes puntos de aplicación posibles (drencher, línea y cámara). Los mecanismos de acción de los fungicidas postcosecha son diversos y hay que tener en cuenta su efectividad en limón con cada una de las enfermedades fúngicas en concreto. Nuestra Gama de fungicidas engloba todas las materias activas necesarias para el control postcosecha de los principales patógenos que afectan al limón, incluyendo productos certificados para agricultura ecológica con elevada eficacia como el tratamiento combinado *Fung Cid BIO Bna + Citrocide®-Plus*.

**Tratamientos para la protección de la piel y la reducción de los daños por frío:** El limón es de los cítricos más susceptibles al frío, temperaturas por debajo de los 12°C pueden incluso producir un manchado.



Aunque estos daños se pueden producir en campo, también, durante su vida postcosecha se podrían originar -y/o agravar- con un mal manejo del frío en la cámara y/o el transporte.

Los tratamientos postcosecha pueden ayudar a mitigar y reducir estos daños ocasionados por senescencia y bajas temperaturas: el uso de recubrimientos especialmente indicados, tratamientos fitoprotectores y de fitorreguladores autorizados para su uso en postcosecha, tienen un efecto contrastado en la atenuación de este tipo de daños. Un ejemplo de ello es *Citroprotect-Plus*: formulado que protege la piel de la fruta controlando, o reduciendo, la aparición de fitotoxicidades, y desórdenes fisiológicos que se manifiestan en forma de manchados. En cuanto a recubrimientos, Citrosol dispone de una completa Gama para el limón, donde queremos destacar: Recubrimientos *Sunseal®* y *Sunseal® Vegan* (para envíos a destinos lejanos); Gama *Plantseal®*: (recubrimientos de origen 100% vegetal, indicados y certificados para uso vegano y en Agricultura ecológica, que aportan un excelente control de las pérdidas de peso y de los daños por frío).

Daniel Tormo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CITROSOL

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

se destina a transformación industrial para la elaboración de zumo, aceites esenciales, pulpa congelada y piel deshidratada.

Este elevado peso de la industria diferencia a Argentina de otros grandes exportadores y explica parte de la estructura del sector. Mientras otros orígenes dependen principalmente del mercado en fresco, Argentina mantiene una importante capacidad para absorber grandes volúmenes mediante procesado industrial.

Sin embargo, la propia industria también acusa la pérdida de rentabilidad. El informe señala que muchos productores siguen mostrando cautela a la hora de realizar nuevas inversiones debido a la presión de costes y al exceso global de oferta.

La superficie plantada permanecerá estable en torno a 45.000 hectáreas y el ligero incremento previsto de superficie cosechada responde principalmente a la recuperación de parcelas previamente abandonadas y a la renovación de árboles poco productivos.

#### ■ SU ESTRATEGIA EXPORTADORA

Las exportaciones argentinas de limón fresco alcanzarán previsiblemente las 210.000 toneladas en 2025/26, frente a las 190.000 t estimadas para la campaña anterior.

El aspecto más significativo es la creciente concentración de las ventas en el mercado estadounidense. Según el USDA, Estados Unidos absorbió el 63% de las exportaciones argentinas de limón fresco en 2024, consolidándose claramente como el principal destino comercial del sector.

Desde la reapertura del mercado estadounidense al limón argentino en la campaña 2016/17, los volúmenes exportados no han dejado de crecer, impulsados por la demanda en contraestación, la mejora de los protocolos fitosanitarios y unas condiciones de mercado favorables para los proveedores argentinos.

El informe también menciona el anuncio de un acuerdo comercial entre Estados Unidos y Argentina, firmado en febrero de 2026, que contempla mejoras de acceso para numerosos productos agrícolas argentinos. No obstante, la evolución de la política comercial estadounidense y la volatilidad arancelaria introducen todavía incertidumbre sobre el alcance real de estas medidas.

Frente al dinamismo del mercado estadounidense, otros destinos tradicionales han ido perdiendo peso. Rusia continúa reduciendo sus importaciones en un contexto marcado por dificultades económicas y logísticas, mientras que Ucrania ha visto disminuir notablemente sus compras desde el inicio del conflicto bélico en 2022.

#### ■ EUROPA, UN MERCADO CADA VEZ MÁS COMPETITIVO

La Unión Europea continúa siendo un destino relevante para el limón argentino, aunque el informe del USDA refleja un escenario cada vez más complejo y competitivo para los exportadores del país sudamericano.

Las exportaciones hacia mercados europeos como Países Bajos, España o Italia presentan una elevada volatilidad y dependen en gran medida de la disponibilidad de producto comunitario y de la evolución de los precios durante la campaña estival.



Entre el 70 y el 75% de la producción nacional se destina a transformación. / FDC

Además, Sudáfrica se consolida como el principal competidor de Argentina en el mercado europeo. El USDA señala que el sector sudafricano cuenta actualmente con ventajas derivadas de menores costes de producción y logística, una situación que está reforzando su posicionamiento en la Unión Europea.

Este escenario incrementa la competencia en el mercado europeo durante los meses de verano y añade presión tanto para Argentina como para los operadores mediterráneos.

A ello se suma el endurecimiento de los requisitos fitosanitarios europeos relacionados

con *Citrus Black Spot* (CBS). Argentina ha reforzado desde 2023 los protocolos de control y tratamiento exigidos para exportar cítricos a la UE, incluyendo tratamientos preventivos adicionales y mayores niveles de inspección en parcelas con antecedentes de detecciones.

Estas exigencias incrementan los costes de producción y exportación y obligan al sector a destinar más recursos al cumplimiento normativo. En este contexto, Europa se considera aún como un mercado atractivo para el limón argentino, aunque cada vez más exigente desde el punto de vista regulatorio y comercial.

# Nada mejor que el original



Swirski Ulti-Mite Swirski-Mite Spical Limonica Spidex Montdo-Mite Mondo Ulti-Mite



Koppert

## Cambiando las reglas de juego desde 1967.

En 1967, Koppert fue el primero en utilizar ácaros depredadores para controlar plagas en un cultivo. Es una de las razones por las que los agricultores nos llaman «los originales». Para nosotros, significa algo más que ser los primeros. Se trata de nuestra dedicación a la innovación y a la mejora de nuestras soluciones de ácaros depredadores, métodos de aplicación y tecnología de envasado. Además supone el reconocimiento a nuestros elevados estándares de entrega y un testimonio de cómo nuestra experiencia y comprensión de los retos a los que se enfrentan los agricultores les permite utilizar los ácaros depredadores de forma eficaz.



koppert.es

original

JOAQUÍN RUBIO / Presidente de El Limonar de Santomera

# “La desalación debe ser una de las principales fuentes de agua para el Sureste”

Joaquín Rubio, presidente de la cooperativa El Limonar de Santomera desde hace tres años, pide sacar de la confrontación política este tema y defiende la autosuficiencia de las cuencas. También apuesta por la producción ecológica, por ser una agricultura “más sostenible, saludable y con más seguridad alimentaria”; y por hacer al sector más atractivo y bien remunerado para atraer mano de obra.

► PILAR BENITO. MURCIA.

**Valencia Fruits.** ¿Cuáles han sido los principales hitos de la cooperativa en estos casi 45 años de vida y cuáles son sus principales retos a medio y largo plazo?

**Joaquín Rubio.** El crecimiento ha sido exponencial, continuado y fuerte. La cooperativa comenzó con once socios y ahora tiene 352 y unas 1.600 hectáreas de producción, de las cuales 700 han sido incorporadas en los tres últimos años. La superficie media de los asociados es de 5 hectáreas. Hemos evolucionado, desde mediados de los años 90, y apostado por tener menos socios pero con fincas de más tamaño. En este marco, seguimos ponderando ser dueños de la comercialización y garantizar la venta y el cobro de la fruta. Hacer al sector más profesional es algo obligado, porque está claro que

quien se queda es el que mejor se defiende.

**VF.** ¿Qué camino debe tomar la cooperativa en este sentido?

**JR.** La osadía y valentía de la cooperativa ha sido la de apostar por el crecimiento y ‘pelear’ de tú a tú con los operadores, sin complejos. Ahora, nuestro horizonte es la consolidación de lo que hemos conseguido, no tensionar la estructura de la cooperativa y crecer poco a poco. En los últimos cuatro o cinco años hemos hecho importantes inversiones que nos han permitido pasar de dos naves de 12.000 metros cuadrados a tres, con más de 20.000 metros cuadrados de superficie de manipulado de fruta.

**VF.** ¿Qué cifras de negocio manejan?

**JR.** En los últimos tres años hemos pasado de ser una cooperativa con una producción

global de entre 35 y 40 millones de kilos y una facturación de 42 millones de euros a una con 60 millones de kilos y 70 millones de euros de facturación en 2025. La expectativa es subir a 80 millones de euros este año.

**VF.** Una de las principales aportaciones de El Limonar ha sido la apuesta por la agricultura ecológica, lo que ustedes denominan el ‘bio’.

**JR.** La apuesta por la producción ecológica en la cooperativa no ha sido forzada y ha ido de la mano de ese ‘obligado’ cambio estructural entre los socios con el cambio del modelo agrícola que se está produciendo. De hecho, hemos sido una de las primeras cooperativas en apostar por este modelo de producción. Podemos decir que actualmente la cooperativa está en el ‘top cinco’ del sector del limón en general y en el ‘bio’



Joaquín Rubio defiende la autosuficiencia de las cuencas. / ARCHIVO

“En la cooperativa hemos apostado por tener menos socios pero con fincas de más tamaño. En este marco, seguimos ponderando ser dueños de la comercialización y garantizar la venta y el cobro de la fruta. Hacer al sector más profesional es algo obligado, porque está claro que quien se queda es el que mejor se defiende”

“Ahora mismo de los 60 millones de kilos que producimos al año, aproximadamente, el 65% es de limón convencional y el 35% restante de ecológico. Pero en términos de facturación están al 50%. Por tanto, sigue interesando su producción, nos da alegrías y sus precios son más estables que los del convencional. Va a seguir siendo una de nuestras principales apuestas”

somos uno de los operadores punteros en cuanto a volumen.

**VF.** ¿Pasa el limón ecológico por buen momento?

**JR.** El Limonar fue una de las primeras empresas cítricas en apostar por lo ecológico. Primero desde la convicción,

porque creemos en lo que estamos haciendo y defendemos que la agricultura debe ser más sostenible, saludable y con más seguridad alimentaria. Tampoco debemos dejar de lado la rentabilidad económica. Además, esta apuesta nos diferencia de la competencia y nos da un valor añadido. En ‘bio’ estamos a la cabeza y lo hacemos bien.

**VF.** ¿Sigue interesando actualmente en los mercados? ¿Cree que se mantendrá la demanda en el futuro?

**JR.** Nuestros clientes creen en nosotros y en que lo hacemos bien. Por eso hemos conseguido crecer en la producción de limón ‘bio’ a un ritmo que la agricultura ecológica en general no ha logrado. Por ejemplo, a raíz de la guerra de Ucrania la facturación en este tipo de agricultura bajó, sobre todo en Alemania, pese a que está remontando (no sabemos si en cuanto a mayor número de unidades producidas o por el incremento en el precio). Nosotros crecemos tanto en unidades vendidas como en valor unitario de venta: más kilos y mejores precios.

**VF.** ¿En cuánto cifra ese crecimiento?

**JR.** Ahora mismo de los 60 millones de kilos que producimos al año, aproximadamente, el 65% es de limón convencional y el 35% restante de ecológico. Pero en términos de facturación están al 50%. Por tanto, sigue interesando su producción, nos da



La osadía y valentía de la cooperativa ha sido la de apostar por el crecimiento y ‘pelear’ de tú a tú con los operadores, sin complejos. / EL LIMONAR DE SANTOMERA

alegrías y sus precios son más estables que los del convencional. Va a seguir siendo una de nuestras principales apuestas. De hecho, vamos a reformar, por fases, una nave de 8.500 metros cuadrados, que esperamos tener a pleno rendimiento en 2027 y con una capacidad de manipular 40 millones de kilos a medio plazo.

**VF.** *Todo pasa por resolver uno de los principales hándicaps del sector agrícola de la Región: el del agua. ¿Se vislumbra una solución a corto o medio plazo?*

**JR.** Es el cuento de la marmota. Yo, como agricultor y con formación técnica, siempre he apostado por defender la autosuficiencia de la cuenca. El Trasvase Tajo-Segura provoca el desarrollo agrícola y que se generen unos derechos de actividad y valor añadido en nuestra zona. Y yo lo defiendiendo, pero no como si fuera un dogma o algo inamovible. Hemos pasado épocas muy duras de sequía donde no había agua en los pantanos de cabecera. Por eso es necesario avanzar en la autosuficiencia, porque como se dice habitualmente, el agua más cara es aquella que no se tiene. Y de ahí que la desalación deba, en mi opinión, ser uno de sus ejes centrales.

**VF.** *Pero la desalación tampoco cuenta con muchos adeptos.*

**JR.** Si pedimos responsabilidad fuera del sector también lo tenemos que hacer dentro. Algunas personas o detractores de la desalación siguen hablando del boro como un elemento perjudicial para las plantaciones, cuando, en realidad, es algo que tecnológicamente está superado porque hay membranas anti boro desde hace quince años.

**VF.** *De todas formas, ¿no cree que este tema está demasiado politizado?*

**JR.** Sí, se ha politizado mucho y nos han enfrentado a las comunidades autónomas y la que gana es la que más peso político tiene. Y el Sureste no tiene el peso político que pueda tener ni Cataluña, ni Aragón ni Castilla-La Mancha, donde están las cuencas cedentes. Y esto es una realidad. Además, me siento frustrado cada vez que escucho distintos discursos según donde se pronuncian. Por ello, es necesario un acuerdo entre todos los partidos mayoritarios para garantizar los recursos, ya sea por la desalación, por la interconexión entre las cuencas donde sea factible, por buena depuración de aguas residuales, por el uso de aguas subterráneas, etc. Debe haber varias fuentes para garantizar el suministro de agua.

**VF.** *¿Cómo debe lograr el sector, la agricultura en general, salvar el problema de la mano de obra?*

**JR.** El sector debe reflexionar sobre cómo abordarlo. Creo que, en la línea de Ailimpo, debemos ser un sector atractivo para que las personas quieran trabajar aquí, y me refiero tanto a la mano de obra no cualificada como a la más cualificada (manos intermedias o superiores). Nos tenemos que poner en el pellejo de los trabajadores y proporcionar condiciones materiales para que puedan vivir. Por supuesto, firmar convenios con apuestas sociales y buena remuneración; y que se cumplan, claro. Pero es un problema complicado de solucionar a corto o medio plazo.

**VF.** *Tampoco ayuda la 'mala prensa' que tiene la agricultura en cuanto a salarios, a lo que se paga.*

**JR.** Eso es cierto. La gente ha demonizado la agricultura como un sector en el que se paga poco, pero puedo asegurar que no es tan precario como otros. Por ejemplo, hasta que se subió el salario mínimo interprofesional había trabajadores en los centros comerciales que cobraban menos de lo que se pagaba en el campo. Y en trabajos de cualificación técnica hay empleados del sector agroalimentario que cobran más que los que hacen proyecto en oficina técnica.



Joaquín Rubio: "Debemos ser un sector atractivo para que las personas quieran trabajar aquí". / EL LIMONAR DE SANTOMERA

POWERED BY



agromarketing  
CULTIVANDO SOLUCIONES

EL EVENTO

# CITRÍCOLA

MÁS IMPORTANTE DE EUROPA

## 4 & 5 JUNIO 2026

PALACIO DE CONGRESOS · VALENCIA

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

¡INSCRÍBETE YA!

[WWW.CITRUSFORUM.ES](http://WWW.CITRUSFORUM.ES)

CONECTA · APRENDE · EXPERIMENTA

# Menos producción europea y más competencia exterior

La caída de la cosecha comunitaria durante la campaña 2025/2026 coincide con el avance comercial de países terceros y una creciente presión climática sobre las principales zonas productoras

► N. RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

El mercado internacional del limón está viviendo una campaña marcada por el descenso productivo en Europa y el avance de países terceros que siguen ganando peso tanto en temporada como en contraestación. A ello se suma un escenario climático cada vez más inestable, que está condicionando la evolución de las principales zonas cítricas mundiales y redefiniendo los flujos comerciales.

La Unión Europea encadena una nueva caída de producción tras el récord registrado en la campaña 2023/24, mientras países como Marruecos consolidan sus estrategias exportadoras y Chile refuerza su posicionamiento como proveedor tecnificado y orientado a mercados premium. En paralelo, México mantiene su liderazgo mundial pese a las dificultades climáticas y de seguridad, y Japón continúa marcando tendencias de consumo vinculadas a la calidad, la salud y la reducción de tratamientos postcosecha.

## ■ EUROPA: MENOR COSECHA Y MÁS DEPENDENCIA EXTERIOR

La producción comunitaria de limón volverá a descender en la campaña 2025/26 y se situará en torno a 1,34 millones de toneladas, frente a los más de 1,52 millones de la campaña precedente. Se trata de la segunda caída consecutiva tras la campaña récord de 2023/24.

España e Italia seguirán concentrando la práctica totalidad de la producción europea, con aproximadamente el 65% y el 30% del total comunitario, respectivamente. En el caso español, el descenso productivo estará especialmente vinculado a la reducción prevista en la cosecha de limón Fino, cuya producción preliminar apunta a una caída del 10% respecto a la campaña anterior.

El informe del USDA señala que la disminución de los rendimientos está relacionada con la incidencia de fenómenos meteorológicos adversos y problemas fitosanitarios, entre ellos la presión de trips y de *Prays citri*, que continúan limitando el potencial productivo de las plantaciones. A ello se suma la creciente preocupación del sector por la expansión de la clorosis nervial amarilla de los cítricos (CYVCV), detectada ya en zonas productoras de Murcia y Alicante. Al mismo tiempo, el sector afronta mayores costes por kilo producido debido al menor volumen cosechado.

Pese a esta reducción de la oferta, la superficie plantada sigue creciendo, especialmente en España, donde el limón ecológico ya supera las 11.500 hectáreas y representa más del 12% del total cultivado. Este crecimiento responde principalmente a la demanda de productos industriales derivados de piel ecológica de limón.



La Unión Europea encadena una nueva caída de producción tras el récord registrado en la campaña 2023-2024. / ARCHIVO

La menor disponibilidad comunitaria obligará nuevamente a mantener un elevado nivel de importaciones. Turquía seguirá siendo uno de los principales proveedores del mercado europeo durante la campaña del hemisferio norte, mientras que Sudáfrica, Argentina y Brasil continúan reforzando su presencia en contraestación. El propio USDA advierte de que, pese al actual ajuste productivo, el incremento continuado de superficie podría volver a generar situaciones de sobreoferta en futuras campañas.

## ■ MARRUECOS CONSOLIDA SU ESTRATEGIA EXPORTADORA

Aunque el volumen marroquí de limón sigue siendo moderado frente a otros grandes operadores internacionales, el país continúa avanzando de forma constante en su estrategia de crecimiento exportador.

Para la campaña 2025/26, Marruecos prevé alcanzar unas 48.000 t de limón y lima, lo que supone un incremento aproximado del 6% respecto al ejercicio anterior. La mejora climática registrada durante el ciclo de cultivo ha favorecido la recuperación de los rendimientos y una evolución más positiva de la producción.

## Marruecos mantiene ayudas específicas a la exportación y a la construcción de centrales hortofrutícolas

## Chile continúa reforzando su papel como proveedor de limón de contraestación gracias al impulso de la tecnificación y la automatización

## México seguirá siendo la gran potencia mundial del limón y la lima pese a la sequía y al aumento de costes

Las exportaciones se mantendrán en torno a las 10.000 toneladas, dirigidas principalmente a África Occidental y, en menor medida, al mercado comunitario. Sin embargo, más allá del volumen, el aspecto más relevante es el fuerte respaldo institucional que continúa recibiendo el sector cítrico marroquí.

El Gobierno mantiene ayudas específicas para la construcción de centrales hortofrutícolas, incentivos a la exportación y programas de apoyo a productores agrupados, además de subvenciones ligadas a determinadas técnicas fitosanitarias y a la producción ecológica. Esta política de apoyo refuerza la

competitividad exterior del sector y consolida la apuesta marroquí por seguir creciendo en los mercados internacionales.

## ■ CHILE APUESTA POR LA TECNOLOGÍA Y LA EXPORTACIÓN PREMIUM

Chile continúa reforzando su papel como proveedor de limón de contraestación gracias a una estrategia basada en la tecnificación, la eficiencia hídrica y la orientación exportadora.

El USDA prevé que la producción chilena alcance las 237.000 toneladas en 2025/26, con un crecimiento del 4,4% impulsado tanto por el aumento de superficie como por la rentabilidad

del cultivo frente a alternativas más exigentes en agua, como el aguacate.

El limón chileno mantiene una clara vocación exportadora. Estados Unidos sigue siendo su principal destino, aunque Japón, Corea del Sur y distintos mercados europeos también ganan relevancia. Las exportaciones podrían situarse en torno a las 135.000 toneladas.

Uno de los elementos más destacados del modelo chileno es el elevado nivel de automatización de sus centrales de confección. El informe del USDA subraya la implantación de sistemas avanzados de visión artificial capaces de detectar defectos externos, calibrar tamaños y garantizar una elevada uniformidad del producto. Esta apuesta tecnológica permite reducir costes laborales, mejorar la trazabilidad y responder a las exigencias de los mercados premium.

## ■ MÉXICO MANTIENE SU HEGEMONÍA EN EEUU

México seguirá siendo la gran potencia mundial del limón y la lima, aunque la campaña continuará condicionada por la sequía, las altas temperaturas y los crecientes costes de producción y seguridad en algunas zonas productoras.

La producción mexicana podría superar los 3,37 millones de toneladas en 2025/26, mientras que las exportaciones rondarían las 780.000 toneladas. Más del 75% de las importaciones estadounidenses de lima siguen procediendo de México, lo que confirma su posición dominante en el mercado norteamericano.

Sin embargo, el impacto directo de México sobre el mercado europeo continúa siendo limitado, ya que la práctica totalidad de su estrategia comercial sigue orientada a EEUU.

## ■ JAPÓN MARCA TENDENCIAS DE CONSUMO PREMIUM

Japón continúa consolidando un modelo de consumo muy orientado a la calidad, la seguridad alimentaria y los productos saludables, una tendencia que podría extenderse progresivamente a otros mercados desarrollados.

El consumidor japonés muestra una creciente preferencia por limones nacionales o productos con menores tratamientos postcosecha, especialmente aquellos asociados a menores residuos y a prácticas agrícolas diferenciadas. Además, aumenta el interés por aplicaciones vinculadas a bebidas artesanales, productos preparados y segmentos premium.

Aunque Japón mantiene una fuerte dependencia de las importaciones, especialmente de Chile y EEUU, el mercado evoluciona hacia un modelo en el que la diferenciación, la trazabilidad y la percepción de calidad adquieren cada vez mayor importancia.



El consumidor japonés muestra una creciente preferencia por productos con menores tratamientos postcosecha. / ARCHIVO

valencia  
**fruits**  
Organiza

JORNADA

**Retos  
estratégicos  
de la  
naranja  
española**

Valencia,  
30 de junio de 2026  
Seguiremos informando

Patrocinan



**AgroBank**

*Livingstone*

# 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)  
+34 961 344 011

valencia fruits •  
**dossier**



# FRUTA DE VERANO 2

DEPOSITPHOTOS.COM

M A Y O 2 0 2 6

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Las previsiones presentadas por Europêch dibujan para 2026 un escenario de clara recuperación productiva en el conjunto europeo, tras una campaña 2025 marcada por las heladas en Grecia y Turquía y por diversos episodios de lluvias y pedrisco en distintas zonas productoras mediterráneas. Con una estimación de 2,74 millones de toneladas de melocotón, nectarina y paraguay, Europa incrementaría un 8% su producción respecto a 2025 y se situaría un 16% por encima de la media del periodo 2020-2024.

Aunque el propio sector reconoce que todavía es pronto para considerar cerradas las previsiones —especialmente en un cultivo muy sensible a fenómenos climáticos de última hora—, el consenso general apunta a que el potencial productivo ya está prácticamente definido en la mayoría de países. De hecho, las estimaciones difundidas en el marco de Interprunus —celebrado en Lleida el pasado jueves, 21 de mayo— reflejan una campaña que, salvo incidentes meteorológicos relevantes en las próximas semanas, debería desarrollarse en condiciones significativamente más favorables que las registradas el pasado año.

**Las estimaciones, salvo incidentes meteorológicos relevantes en las próximas semanas, debería desarrollarse en condiciones significativamente más favorables que las registradas en 2025**

La recuperación griega tras las fuertes heladas de 2025 constituye uno de los grandes factores que explican el crecimiento europeo previsto para esta campaña. Pero más allá del rebote heleno, el informe también confirma una tendencia común en prácticamente todos los países productores: menos superficie, más tecnificación, renovación varietal y una creciente orientación hacia la calidad, la conservación postcosecha y la adaptación climática.

En pavías, destinadas mayoritariamente a industria, las previsiones apuntan a una producción europea de 664.543 toneladas, un 10% más que en 2025, aunque todavía un 4% por debajo de la media 2020-2024.

#### ■ ESPAÑA CONSOLIDA SU LIDERAZGO

España volverá a situarse como primer productor europeo de melocotón, nectarina y paraguay, con una cosecha estimada de 1,198 millones de toneladas, un 5% más que en 2025 y un 16% por encima de la media 2020-2024.

Las nectarinas seguirán siendo el principal motor del crecimiento español, con casi 586.000 toneladas previstas, mientras que el paraguay volverá a superar las 300.000 toneladas. Cataluña continuará liderando claramente la producción nacional, con más de 401.000 toneladas previstas, seguida de Aragón, con 290.248 toneladas, y Murcia, con 251.000 toneladas. El informe destaca que la campaña 2025 estuvo

# Europa recupera potencial con una de las mayores cosechas de fruta de hueso de los últimos años

La producción europea de melocotón, nectarina y paraguay alcanzará los 2,74 millones de toneladas en 2026, un 8% más que en 2025, impulsada por la recuperación griega y la estabilidad climática en los principales países productores

MELOCOTÓN - PARAGUAYO* - NECTARINA - PAVÍA. Previsiones 2026 (t)					
EUROPA					
	Melocotón	Paraguay*	Nectarina	Pavía	Mel.+Nect. Total
Italia	391.297	NC	475.942	44.733	867.239
Grecia	245.000	NC	210.000	300.000	455.000
España	311.779	300.283	585.993	316.312	1.198.055
Francia	113.897	NC	110.130	3.498	224.027
<b>TOTAL EUROPA 2026</b>	<b>1.061.973</b>	<b>300.283</b>	<b>1.382.065</b>	<b>664.543</b>	<b>2.744.321</b>
* Hasta la fecha, sólo España identifica los para guayos por separado. Para los demás países, los volúmenes son muy pequeños y están integrados en la cifras de 'melocotón'					
COSECHA 2025	995.749	268.391	1.266.917	606.811	2.531.057
MEDIA 2020-2024	962.966	267.898	1.140.741	689.504	2.371.605
VARIACIÓN 2026-2025	+66.224	+31.892	+115.148	+57.732	+213.264
	+7%	+12%	+9%	+10%	+8%
VARIACIÓN 2026 / MEDIA 2020-2024	+99.007	+32.385	+241.324	-24.961	+372.716
	+10%	+12%	+21%	-4%	+16%

MELOCOTÓN - PARAGUAYO - NECTARINA - PAVÍA. Previsiones 2026 (t)					
ESPAÑA					
	Melocotón	Paraguay	Nectarina	Pavía	Mel.+Nect. Total
Andalucía	37.340	600	45.500	6.820	83.440
Comunitat Valenciana	3.970	2.860	5.610	1.430	12.440
Región de Murcia	62.000	84.000	105.000	82.000	251.000
Cataluña	86.170	115.630	199.580	21.490	401.380
Aragón	66.553	79.227	144.468	141.684	290.248
Extremadura	48.848	14.100	79.900	7.952	142.848
Resto de España	6.898	3.866	5.935	54.936	16.699
<b>TOTAL ESPAÑA 2026</b>	<b>311.779</b>	<b>300.283</b>	<b>585.993</b>	<b>316.312</b>	<b>1.198.055</b>
COSECHA 2025	301.563	268.391	568.093	289.003	1.138.047
MEDIA 2020-2024	272.846	267.898	495.375	290.566	1.036.119
VARIACIÓN 2026-2025	+10.216	+31.892	+17.900	+27.309	+60.008
	+3%	+12%	+3%	+9%	+5%
VARIACIÓN 2026 / MEDIA 2020-2024	+38.933	+32.385	+90.618	+25.746	+161.936
	+14%	+12%	+18%	+9%	+16%



El paraguay, con una previsión de 300.283 t en España, marca una tendencia al alza gracias a las nuevas variedades. / ARCHIVO

marcada por el final de la sequía en el valle del Ebro y por una sucesión de tormentas de granizo en Cataluña, Aragón y Murcia. Aun así, España cerró la pasada campaña con 1,138 millones de toneladas de fruta fresca, sólo un 5% menos que en 2024.

Según Javier Basols, representante de Cooperativas Agro-alimentarias, la campaña 2025 presentó “un balance positivo”, favorecida por una producción relativamente estable, ausencia de grandes accidentes climáticos y una demanda dinámica durante buena parte del verano. El mercado europeo absorbió con facilidad los volúmenes disponibles, impulsado además por la menor oferta procedente de otros países mediterráneos.

Basols subraya, además, que el sector español atraviesa una profunda transformación estructural, marcada por la reducción gradual de superficie, la aceleración del cambio varietal y una creciente tecnificación de las explotaciones. Entre las tendencias más relevantes menciona la adaptación varietal al cambio climático, la búsqueda de mayor firmeza y vida comercial y el desplazamiento progresivo del calendario productivo hacia fechas menos expuestas a riesgos climáticos.

También Manel Simon, director de Afrucat, pone el foco en el comportamiento del mercado durante 2025. Según explica, el verano arrancó con “stocks prácticamente nulos” y una demanda muy superior a la oferta disponible, favorecida además por las altas temperaturas registradas en gran parte de Europa. Sin embargo, a partir de mediados de agosto el incremento de entradas en cámara acabó reequilibrando el mercado y moderando los precios.

**España volverá a situarse como primer productor europeo de melocotón, nectarina y paraguay, con una cosecha estimada de 1,198 millones de toneladas, un 5% más que en 2025 y un 16% por encima de la media 2020-2024**

De cara a 2026, Simon advierte de que todavía será necesario evaluar el impacto real de varios episodios de granizo registrados en Cataluña durante abril y mayo, especialmente el del 12 de mayo, que podría obligar a ajustar algunas previsiones.

#### ■ ITALIA, CERCA DE SU POTENCIAL

Italia prevé una producción total de 867.239 toneladas de melocotón y nectarina en 2026, un 3% más que en 2025 y un 6% por encima de la media 2020-2024.

La producción italiana continuará concentrándose mayoritariamente en el sur del país, con más de 548.000 toneladas previstas, mientras que las regiones del norte aportarán unas 271.000 toneladas.

A diferencia de otros países mediterráneos, Italia no registró grandes siniestros climáticos ni en 2025 ni en el inicio de 2026. El informe destaca que la producción italiana se situará este año “cerca del potencial”, favorecida

por una climatología relativamente estable.

Sin embargo, Elisa Macchi, directora del CSO Italy de Ferrara, alerta de un fenómeno estructural cada vez más visible: la continua reducción de superficie cultivada. Según explica, las plantaciones italianas de melocotón y pavia siguen descendiendo —especialmente en las regiones del centro y norte— mientras la nectarina mantiene una situación más estable.

La responsable italiana señala además que la campaña 2025 se benefició de una oferta limitada a nivel europeo y de una menor competencia española y griega durante el inicio del verano, lo que permitió sostener precios superiores a los de campañas anteriores tanto en el mercado interior como en exportación.

En pavías, Italia continuará mostrando una clara tendencia descendente. Las previsiones apuntan a apenas 44.733 toneladas, un 24% menos que la media 2020-2024.

**Italia prevé una producción total de 867.239 toneladas de melocotón y nectarina en 2026, un 3% más que en 2025 y un 6% por encima de la media 2020-2024**

**Grecia es el país que registra el mayor crecimiento en 2026. Tras una campaña 2025 afectada por las heladas, alcanzará una cosecha de 455.000 toneladas, un 35% más que el pasado año**

#### ■ GRECIA, LA GRAN RECUPERACIÓN

Grecia será el país que registre el mayor crecimiento relativo de toda Europa en 2026. Tras una campaña 2025 gravemente afectada por las heladas de marzo y abril, la producción griega de melocotón y nectarina alcanzará las 455.000 toneladas, un 35% más que el pasado año y un 44% por encima de la media 2020-2024.

Las nectarinas liderarán especialmente esta recuperación, con un incremento del 51% respecto a 2025.

Nikolaos Tsitsiokas, representante de la cooperativa ASE-POP, recuerda que las heladas de 2025 redujeron significativamente la producción griega y permitieron mantener precios elevados durante gran parte del verano debido a la escasez de oferta europea.

Para 2026, sin embargo, el escenario cambia radicalmente. Según explica, las condiciones climáticas del invierno y la primavera han favorecido un buen desarrollo vegetativo y una producción próxima a niveles normales, sin retrasos relevantes en el calendario de recolección.

Más allá de la recuperación coyuntural, Tsitsiokas identifica además varios cambios estructurales relevantes en el sector griego. Entre ellos, el avance de la nectarina y de las



En Italia, el CSO Italy confirma que las plantaciones de melocotón y pavia siguen descendiendo, principalmente en las regiones del centro y norte. / ARCHIVO

### MELOCOTÓN - NECTARINA - PAVÍA. Previsiones 2026 (t)

ITALIA				
	Melocotón	Nectarina	Pavía	Mel.+Nect. Total
Norte de Italia	85.715	185.288	11.330	271.003
Italia central	24.301	23.378	1.491	47.679
Sur de Italia	281.281	267.276	31.912	548.557
<b>TOTAL ITALIA 2026</b>	<b>391.297</b>	<b>475.942</b>	<b>44.733</b>	<b>867.239</b>
COSECHA 2025	386.610	452.197	45.440	838.807
MEDIA 2020-2024	393.905	422.808	59.235	816.713
VARIACIÓN 2026-2025	+4.687	+23.745	-707	+28.432
	+1%	+5%	-2%	+3%
VARIACIÓN 2026 / MEDIA 2020-2024	-2.608	+53.134	-14.502	50.526
	-1%	+13%	-24%	+6%

GRECIA				
	Melocotón	Nectarina	Pavía	Mel.+Nect. Total
<b>TOTAL GRECIA 2026</b>	<b>245.000</b>	<b>210.000</b>	<b>300.000</b>	<b>455.000</b>
COSECHA 2025	198.500	139.500	268.900	338.000
MEDIA 2020-2024	192.454	123.356	336.200	315.810
VARIACIÓN 2026-2025	+46.500	+70.500	+31.100	+117.000
	+23%	+51%	+12%	+35%
VARIACIÓN 2026 / MEDIA 2020-2024	+52.546	+86.644	-36.200	+139.190
	+27%	+70%	-11%	+44%

FRANCIA				
	Melocotón	Nectarina	Pavía	Mel.+Nect. Total
Languedoc - Rosellón	47.672	47.985	2.392	95.657
Ródano - Alpes	20.485	14.040	208	34.525
P.A.C.A.	35.576	41.554	875	77.130
Otras regiones	10.164	6.551	23	16.715
<b>TOTAL FRANCIA 2026</b>	<b>113.897</b>	<b>110.130</b>	<b>3.498</b>	<b>224.027</b>
COSECHA 2025	109.076	107.127	3.468	216.203
MEDIA 2020-2024	103.761	99.202	3.503	202.963
VARIACIÓN 2026-2025	+4.821	+3.003	+30	+7.824
	+4%	+3%	+1%	+4%
VARIACIÓN 2026 / MEDIA 2020-2024	+10.136	+10.928	-5	+21064
	+10%	+11%	0%	+10%



Las nectarinas lideran especialmente la recuperación griega, con un incremento del 51% respecto a 2025. / ARCHIVO

variedades tardías, así como la progresiva sustitución de superficies de melocotón y pavia por kiwi en algunas zonas del norte del país, debido a la búsqueda de mayor rentabilidad por parte de los productores.

#### ■ FRANCIA, ESTABILIDAD Y RENOVACIÓN VARIETAL

Francia prevé una cosecha de 224.027 toneladas de melocotón y nectarina en 2026, un 4% más que en 2025 y un 10% superior a la media de las cinco últimas campañas.

La producción francesa seguirá concentrándose principalmente en Languedoc-Roussillon, con cerca de 96.000 toneladas previstas, seguida de la región PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur).

**Francia prevé una cosecha de 224.027 toneladas de melocotón y nectarina en 2026, un 4% más que en 2025 y un 10% superior a la media de las cinco últimas campañas**

El informe señala que Francia no ha sufrido accidentes climáticos significativos en el arranque de la campaña y que las lluvias invernales han permitido alejar el riesgo de sequía, especialmente en el Roussillon.

Alexi Bois, presidente de la AOP Pêches et Abricots de France, define 2025 como una campaña "de contrastes". Tras un inicio marcado por la escasez de fruta y los buenos precios derivados de la ola de calor de finales de junio, el mercado acabó enfrentándose posteriormente a un exceso de oferta y dificultades para comercializar calibres pequeños, especialmente en nectarina.

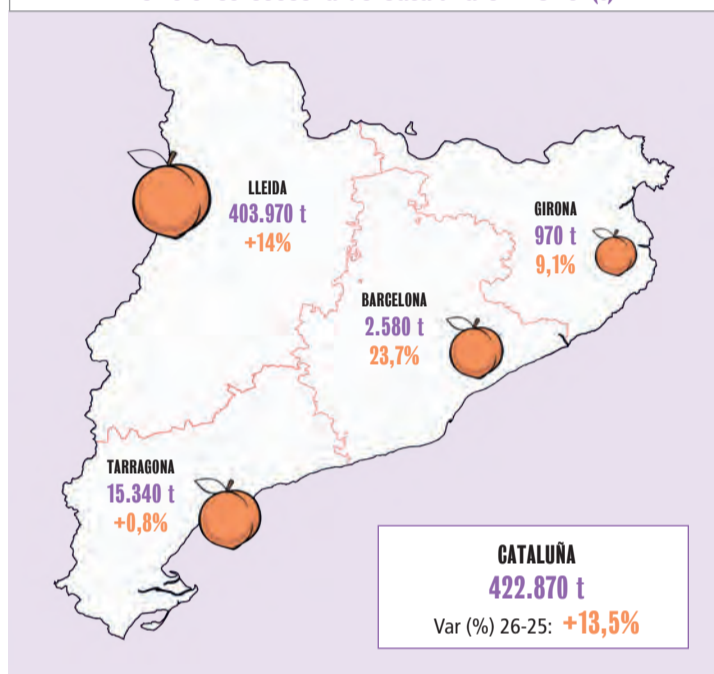
Bois considera que parte de estas dificultades se debieron a una sobreestimación del potencial productivo y al fuerte desarrollo de plantaciones de nectarina de media estación, con elevados niveles de producción. Por ello, insiste en la necesidad de ajustar mejor el aclareo para favorecer calibres más grandes y rentables.

De cara a 2026, Francia confía en una campaña estable y relativamente normalizada. El sector francés destaca además el elevado ritmo de renovación varietal de los últimos años y el crecimiento progresivo del segmento de fruta plana, especialmente en nectarinas planas, cuya producción continúa aumentando.

# Cataluña prevé una producción en fruta de hueso de más de 422.000 t

Las lluvias y nevadas de los dos últimos años permiten dejar atrás las restricciones de riego, aunque las últimas granizadas generan incertidumbre comercial

## Previsiones cosecha de Cataluña en 2026 (t)



### ► NR. REDACCIÓN.

Cataluña afronta la campaña 2026 de fruta de hueso con previsiones de recuperación productiva y la expectativa de volver a situarse cerca de su potencial habitual tras varios ejercicios condicionados por incidencias meteorológicas y limitaciones hídricas. Según las estimaciones presentadas durante el foro Interprunus, la cosecha catalana de melocotón y nectarina podría alcanzar las 422.870 toneladas, lo que supondría un incremento del 13,5% respecto a 2025 y del 24% sobre la media de las últimas cinco campañas.

El sector considera que, por primera vez en los últimos años, Cataluña podría afrontar una campaña "plena" desde el punto de vista productivo. Tanto 2025 como 2026 han estado marcados por una recuperación de las precipitaciones, una situación que ha permitido dejar atrás las restricciones de riego que afectaron especialmente al valle del Ebro durante 2024.

No obstante, la meteorología continúa condicionando el desarrollo de la campaña. Durante la presentación se recordó que, durante los últimos meses, se han registrado tres episodios de granizo que podrían tener consecuencias comerciales en determinadas zonas productoras. Aunque, en términos generales, no comprometen el potencial catalán, sí podrían afectar a la calidad y comercialización de parte de la fruta en las áreas más castigadas. La última tormenta, registrada el 12 de mayo, es la que genera más incertidumbre, ya que todavía se está evaluando el alcance definitivo de los daños.

Lleida volverá a concentrar prácticamente toda la producción catalana y explica la mayor parte del crecimiento previsto para esta campaña. Las previsiones apuntan a una cosecha de 403.970 toneladas, un 14% superior a la del ejercicio 2025, con incrementos especialmente destacados en nectarina (+15,4%), nectarina plana (+17,7%) y paraguayos (+14,8%).

En Tarragona, en cambio, la situación será mucho más estable. La producción se situaría en un volumen de 15.340 toneladas, apenas un 0,8% más que el año anterior, con avances en melocotón plano y nectarina plana que compensarán parcialmente el descenso previsto en nectarina redonda.

Más allá de la evolución coyuntural de la campaña, el sector catalán considera que la superficie de cultivo se encuentra actualmente estabilizada, después de años marcados por el ajuste estructural derivado del veto ruso. Durante la presentación, los responsables sectoriales recordaron que Cataluña llegó a perder alrededor del 20% de su superficie de fruta de hueso tras el cierre de ese mercado, aunque en los últimos años la situación se ha estabilizado e incluso se observan ligeros incrementos en algunos segmentos.

Las previsiones para la campaña 2026 también consolidan la evolución varietal de la producción catalana, con un mayor peso de nectarinas —especialmente las planas— y de paraguayos, categorías que mantienen una evolución comercial más dinámica y una mayor orientación hacia el valor añadido.



La fruta es un sector estratégico en la comunidad de Aragón. / JAVIER ORTEGA

# Aragón se consolida como líder nacional en fruta de hueso

Las tormentas de agua y granizo merman la cosecha de una campaña que se preveía buena con unas 600.000 toneladas

### ► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón se consolida como líder nacional en fruta de hueso con una producción de hasta 600.000 toneladas incluidas también las variedades de pepita.

La fruticultura es un sector estratégico en esta comunidad autónoma, pues genera riqueza y empleo, asienta población y dinamiza el medio rural. Aragón produce una cuarta parte de la fruta española, es líder en cereza y segundo en melocotón y nectarina.

Las previsiones eran de una cosecha buena, normal, con una producción de hasta 600 millones de kilos, pues hizo un invierno bueno sin demasiadas heladas. Sin embargo, las tormentas de agua y granizo al comienzo de la campaña han afectado a amplias zonas, especialmente de la provincia de Zaragoza, a la cereza temprana y otras variedades. En algunos casos el porcentaje dañado es casi del cien por cien, por lo que los fruticultores aseguran que no merece la pena entrar a recoger pues no es rentable.

En las diferentes labores que se deben realizar en el campo, como aclareado y recogida de la fruta, más las tareas en almacenes y empresas transformadoras, se necesitarán durante la campaña unos 25.000 temporeros, el 80% extranjeros. Pese a la masiva regulación, persisten los problemas a la hora de contratar mano de obra y ofrecerles un alojamiento adecuado.

### ■ LÍDER NACIONAL

La campaña de la fruta ha comenzado con la recogida de la cereza en zonas como Bajo Aragón-Caspe, Valdejalón o Calatayud. En el mes de junio será el tiempo del albaricoque en Valdejalón, Bajo Cinca y La Litera. Luego llegará el melocotón, excepto el de Calanda, que se recoge a partir de septiembre. Los meses del verano serán para nectarinas y paraguayos, y en la

parte final de la campaña, entre agosto y septiembre, se recolectará la fruta de pepita (la pera y la manzana).

La comunidad de Aragón se ha consolidado como líder nacional en la producción de fruta de hueso. Según datos del Ministerio de Agricultura, esta región cuenta con casi 36.000 hectáreas dedicadas a estos cultivos y una producción anual cercana a las 400.000 toneladas, lo que la sitúa en cabeza tanto en superficie como en volumen.

En el contexto nacional, Aragón destaca como primer productor de cereza, con el 41% del total, y ocupa la segunda posición en melocotón (34%), nectarina (23%), albaricoque (17%) y pera (18%).

Del volumen total de producción, se destinan a la exportación unas 165.000 toneladas de fruta, principalmente nectarina y melocotón seguidos de cereza, albaricoque y manzana, a países de Europa como Alemania, Suiza, Austria, Francia u a los Emiratos Árabes Unidos.

Entre los productos más representativos de la región figura el melocotón de Calanda, reconocido por su sabor y calidad, junto a las cerezas de zonas como Calatayud, el Aranda, el Jiloca o el Bajo Aragón. También destacan el albaricoque del Bajo Cinca, el paraguayos de La Litera y las ciruelas del valle medio del Ebro.

En una campaña normal, Aragón produce una media de unas 650.000 toneladas de fruta con el siguiente reparto: melocotón y pavia (190.000 toneladas); nectarina (180.000); paraguayos (80.000), cereza (60.000), albaricoque (12.800); ciruela (7.000); pera (73.000) y manzana (104.000 toneladas).

El sector de la fruta genera unos ingresos de unos 590 millones de euros al año, lo que representa el 7,6% de la producción final agraria aragonesa y supone el 0,3 del PIB.

### ■ LAS TORMENTAS

Las tormentas de agua y granizo han afectado a frutales y herbáceos de amplias zonas de Aragón y dejan ya daños millonarios al comienzo de la campaña. Se ha visto dañada principalmente la producción de cereza temprana, pero también la tardía, y otros árboles frutales como el melocotón, el albaricoque, la nectarina, el paraguayos, los ciruelos y los melocotoneros.

Según los primeros partes llegados a Agroseguro, se han visto afectadas más de 6.700 hectáreas principalmente en la provincia de Zaragoza, en las comarcas de Calatayud, Valdejalón y Aranda.

Aragón es la primera comunidad productora de cerezas de España, con un volumen que supera los 60 millones de kilos anuales. Las comarcas afectadas por las tormentas aportan a esa cifra global entre 25 y 30 millones de kilos.

El sector se enfrenta a pérdidas cuantiosas que amenazan la rentabilidad de muchas explotaciones familiares.

El nivel de implantación del seguro agrario en frutales y cereal, las producciones más afectados por el pedrisco en la comunidad de Aragón, supera el 70%, excepto en cereza donde las condiciones de la cobertura retrae la contratación entre los agricultores. Señalan que las pólizas actuales no cubren el rajado, y si lo cubren es con una franquicia de hasta un 60%.

Para protegerse del granizo, algunos agricultores recurren a mallas antigranizo o incluso a cubiertas de plástico. Estos sistemas han demostrado que son eficaces pero requieren una inversión de 3.000 euros por hectárea, que no están al alcance de todas las explotaciones.

Alberto Pérez, presidente de la asociación para la promoción de la cereza de la comarca de Calatayud y del Aranda, ha indicado que el pedrisco ha ocasionado

pérdidas en casi todas las zonas. Las lluvias han rajado la cereza y este fenómeno, conocido como rajado, rompe la piel del fruto y lo invalida para su venta.

#### ■ 25.000 TEMPOREROS

El campo aragonés contratará a unos 25.000 temporeros, la mayoría extranjeros, para las diferentes tareas de la campaña de la fruta que acaba de comenzar.

A la incertidumbre meteorológica, se suma el problema recurrente de la escasez de mano de obra. Los fruticultores aseguran que cada año resulta más complicado cubrir las necesidades de personal durante la etapa de la recolección de la fruta.

Aunque consideran positiva la regularización de inmigrantes anunciada a nivel nacional, la dificultad para encontrar temporeros continúa siendo elevada y denuncian la complejidad administrativa a la hora de realizar contrataciones. A esto hay que sumar las dificultades para facilitarles alojamiento.

Un ejemplo lo tenemos en la comarca de Valdejalón donde trabajan ya unas 1.200 personas en la recogida de la cereza, una cifra que irá creciendo hasta alcanzar unas 3.000 temporeros en los meses de junio y julio.

La recolección de la fruta en amplias zonas de Aragón, como Valdejalón y el entorno de Calatayud, constituye un motor económico, con impacto directo en explotaciones familiares, empresas agrarias, cooperativas, almacenes, transporte, comercio local y servicios.

La situación ha mejorado en los últimos años gracias a los contratos en origen. Cada vez son más las empresas que se ocupan directamente de la contratación y del alojamiento de sus trabajadores, lo que ha permitido reducir parte de la improvisación que antes acompañaba al arranque de la campaña.

La llegada de miles de trabajadores durante la campaña tensiona el mercado de alquiler ya limitado en muchos municipios rurales. La falta de alojamiento obliga a las empresas a buscar alternativas. Algunas han alquilado pisos o residencias de estudiantes, otras recurren a habitaciones en hoteles y varias han optado por instalar viviendas prefabricadas para alojar a sus propios empleados.

En la localidad oscense de Fraga ha reabierto el espacio 'Clara Campoamor', con una capacidad para 40 personas, que la campaña pasada ya albergó a casi 200 temporeros.

El alojamiento cuenta con cuatro módulos habitacionales, uno de comedor, otro de lavandería y un tercero de duchas. Está gestionado por Cáritas, el Ayuntamiento de Fraga, la Comarca del Bajo Cinca y la Fundación Reina Sofía.

Asimismo, el Gobierno de Aragón ha convocado ayudas de hasta un máximo de 20.000 euros para acondicionar alojamientos de temporeros. Están dirigidas a empresarios individuales y a cooperativas agrarias que acondicionen plazas de alojamiento destinadas a albergar a trabajadores de temporada contratados por otras empresas.

Serán subvencionables las reformas, acondicionamientos o ampliaciones de inmuebles, ya constituyan obra menor o mayor, así como la compra o alquiler de módulos prefabricados cuyo objeto sea el alojamiento de personas

#### Algunas zonas tienen problemas para contratar y alojar a los 25.000 temporeros que se van a necesitar durante la campaña

trabajadoras temporales del sector agropecuario en la comunidad de Aragón.

Los alojamientos deberán cumplir las condiciones mínimas suficientes de habitabilidad e higiénico sanitarias exigidas por la legislación vigente.



Alojamientos para temporeros en la localidad de Fraga (Huesca). / AYUNTAMIENTO DE FRAGA

## ¿Y SI PUDIERAS ASEGURAR TU PRODUCTIVIDAD EN EL ENCAJADO?

# P&P - 200

## ENCAJADORA AUTOMÁTICA PICK & PLACE

Sorma Group



**240**  
frutas/min

### ORIENTACIÓN AUTOMÁTICA

de la fruta



del pedúnculo



de la parte más atractiva



*Innovamos simplificando tu futuro*

sormagroup.com



MAR PALACIOS / Directora Técnica de la DOP Cereza del Jerte

## “Confiamos que variedades como Lapins y las picotas mantengan una buena calidad y un volumen adecuado”

Las lluvias han trastocado las previsiones iniciales de la campaña de cereza en el Valle del Jerte. Las precipitaciones en esta zona productora han provocado el rajado o ‘cracking’ en algunas variedades que se iban a recolectar en breve como la Van. No obstante, Mar Palacios señala el resto de variedades, como las picotas y la Lapins, “continúan su proceso de maduración con normalidad, manteniendo una buena calidad y un volumen de producción estable”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Se están cumpliendo las previsiones con las que arrancó la presente campaña de cereza en el Valle del Jerte?

Mar Palacios. Esto sólo podrá valorarse con exactitud cuando finalice la campaña. Comenzamos la temporada con unas previsiones muy positivas en cuanto a volumen y calidad de la fruta, pero estas se han visto parcialmente afectadas por las lluvias, que han dañado especialmente algunas variedades como la Van. Aun así, confiamos en que el resto de variedades, como Lapins y las picotas, mantengan una buena calidad y un volumen de producción adecuado.

VF. ¿En qué momento de la temporada se encuentran actualmente en el Jerte?

MP. Actualmente nos encontramos aproximadamente en la mitad de la campaña. Si bien, el volumen de fruta disponible en junio siempre es muy superior al de las variedades tempranas.

La previsión es que el producto esté disponible hasta mediados o finales de julio, aunque esta fecha puede variar en función de la climatología.

VF. ¿Qué resta de aquí hasta el final de la temporada?



La cereza extremeña estará disponible hasta mediados o finales de julio. / ARCHIVO

MP. De aquí al final de la campaña quedan principalmente las variedades de media estación, como la Van, que se ha visto afectada en parte por las lluvias. El resto de variedades, como las picotas y la Lapins, continúan su proceso de maduración con normalidad, manteniendo una buena calidad y un volumen de producción estable.

VF. ¿Qué ha supuesto la incorporación de las variedades Van, Lapins y Burlat al pliego de condiciones de la DOP?

MP. La incorporación de variedades como Burlat, Van y Lapins al pliego de condiciones de la DOP permite disponer de

producto certificado durante más tiempo a lo largo de la campaña, garantizando así su presencia en los mercados y facilitando su consumo bajo el sello de calidad.

VF. ¿Cuáles son los principales argumentos de la cereza del Jerte para competir en los mercados?

MP. La cereza del Jerte se diferencia en el mercado por ser un producto con un sello de calidad reconocido, certificado y vinculado a un territorio concreto, lo que garantiza su origen, sus estándares de calidad y su autenticidad.

VF. ¿Cómo está repercutiendo la inestabilidad geopolítica en el sector de la cereza de Extremadura?



Mar Palacios confía en que los consumidores sigan apostando por productos con sello de calidad como las cerezas y picotas del Jerte. / DOP CEREZA DEL JERTE

“La estimación inicial se sitúa en torno a los 10 millones de kilos certificados entre cerezas y picotas”

“La inestabilidad geopolítica está provocando un aumento de los costes de producción”

MP. La inestabilidad geopolítica está provocando un aumento de los costes de producción, especialmente en insumos como el combustible, los fitosanitarios o los envases, lo que repercute directamente en la rentabilidad del productor.

VF. ¿Qué acciones promocionales han desarrollado o tienen previsto realizar desde la DOP Cereza del Jerte durante esta campaña?

MP. Las acciones promocionales previstas están orientadas a dar mayor visibilidad al producto, tanto a la cereza como a la picota del Jerte, con el objetivo de mejorar su reconocimiento en el mercado y fomentar su consumo bajo el sello de calidad.

VF. ¿En qué proyectos está trabajando la DOP Cereza del Jerte?

MP. Actualmente, la DOP Cereza del Jerte no se encuentra

desarrollando nuevos proyectos específicos, sino que centra sus esfuerzos en la diferenciación entre la cereza y la picota, así como en su difusión, para que el consumidor pueda identificarlas correctamente y evitar confusiones con la cereza desrabada presente en el mercado.

VF. Para finalizar, ¿con qué volumen de producto certificado esperan cerrar esta temporada?

MP. El objetivo es cerrar la campaña con el mayor volumen posible de producto certificado. La estimación inicial se sitúa en torno a los 10 millones de kilos entre cerezas y picotas, aunque esta cifra dependerá finalmente de cómo vaya desarrollándose la temporada. En cualquier caso, confiamos en que los consumidores sigan apostando por productos con sello de calidad como las cerezas y picotas del Jerte.

## Nueva generación de control de calidad en fruta de hueso gracias a la IA

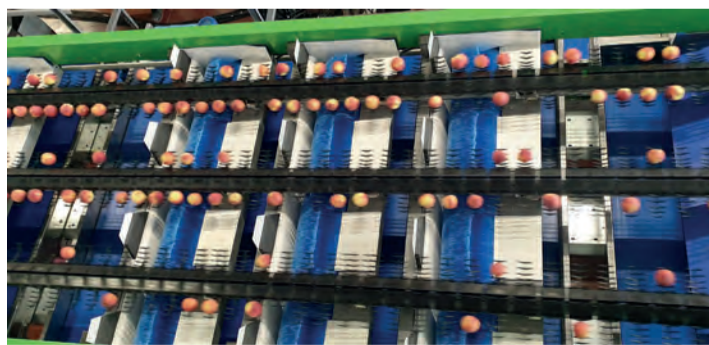
Maf Roda lanza nuevos entornos de clasificación más visuales, intuitivos y con IA

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. En fruta de hueso, la campaña se juega cada vez más en la capacidad del almacén para sostener criterios de calidad homogéneos a gran velocidad. La presión comercial sobre color, presentación, uniformidad y condición final del fruto ha elevado el listón del control de calidad, hasta el punto de convertir los sistemas de calidad postcosecha en uno de los grandes factores diferenciales de competitividad.

En ese contexto se sitúa StoneFruitsQS, la nueva propuesta de software del Grupo Maf Roda para fruta de hueso, desarrollada para trabajar con GlobalScan 7. Según destacan desde la compañía, el sistema se apoya en imágenes de alta resolución obtenidas mediante cámaras multiespectrales con visión de 360°, “una combinación que permite ganar

precisión en la lectura del fruto y, al mismo tiempo, simplificar la interacción del usuario con el equipo. El movimiento resulta significativo porque apunta a una tendencia cada vez más visible en el sector: soluciones de calidad más potentes, pero también más fáciles de gobernar en el día a día”, señalan.

Una de las claves de esta nueva generación de software está en la usabilidad. “La interfaz, más visual e intuitiva, concentra en un mismo entorno el acceso a funciones críticas, la lectura de defectos y la configuración de parámetros. Para los almacenes, esto se traduce en una ventaja concreta: menos dependencia de perfiles muy especializados para determinados ajustes y una respuesta más ágil en plena campaña, cuando los volúmenes aumentan y el margen para el error



La próxima evolución del control de calidad en fruta de hueso pasará por combinar precisión tecnológica, lectura inteligente de datos y facilidad de uso. / MAF RODA

se estrecha”, comentan desde la compañía.

Otro aspecto relevante es la capacidad de personalizar el análisis con mayor claridad, así, desde Maf Roda comentan que “la representación gráfica de defectos, junto con la posibilidad de activar o desactivar

criterios, ajustar límites de calidad o modificar factores de corrección, permite intervenir con más precisión sobre el sistema. A ello se suma la opción de previsualizar el impacto productivo de determinados cambios antes de aplicarlos, una función especialmente útil para tomar

decisiones con más criterio y menos ensayo-error”.

La incorporación de niveles de acceso por usuario, historias de cambios y funciones que agilizan el ajuste fino del sistema responde también a una demanda creciente en centrales hortofrutícolas, según señalan desde la empresa: disponer de herramientas más seguras, trazables y operativamente ágiles. “No se trata sólo de automatizar más, sino de hacerlo con una lógica de uso comprensible para el personal de planta y con capacidad para adaptar el control de calidad sin comprometer la estabilidad del proceso”.

Todo apunta a que la próxima evolución del control de calidad en fruta de hueso pasará menos por añadir complejidad y más por combinar precisión tecnológica, lectura inteligente de datos y facilidad de uso. “En esa dirección se enmarcan desarrollos como StoneFruitsQS, que reflejan cómo la IA empieza a consolidarse no sólo como un recurso de automatización, sino como una herramienta práctica para simplificar decisiones y ganar consistencia en postcosecha”, concluyen desde la tecnológica.

MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ / Gerente de Afruex

# “La fruta de hueso extremeña pasa por una etapa de estabilidad”

*Esta campaña de fruta de hueso en Extremadura ha comenzado con buenas perspectivas productivas y una demanda activa en los mercados. Aunque las lluvias han afectado a parte de la cosecha de cereza, el sector afronta una temporada marcada por la estabilidad y por la consolidación del proceso de reconversión varietal, especialmente en ciruela, principal fruta de hueso de la región en volumen.*

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. ¿Cómo ha arrancado la campaña de fruta de hueso en Extremadura?

**Miguel Ángel Gómez.** Estamos comenzando ahora la campaña. Llevamos unas semanas con las primeras producciones de cereza y ya han empezado también los primeros albaricoques, melocotones y nectarinas.

**VF.** ¿Qué previsiones manejan para esta campaña en términos de producción?

**MAG.** En fruta de hueso esperamos volúmenes bastante similares a los de la pasada campaña. En melocotón y nectarina podemos hablar prácticamente de una producción normal.

En ciruela seguimos alrededor del 70% de nuestro potencial productivo, que es más o menos lo mismo que tuvimos el año pasado, así que esperamos unas cifras similares.

En cereza veníamos con una previsión muy buena, cercana a las 40.000 toneladas, pero las lluvias de las últimas semanas han afectado bastante a las variedades de media estación y calculamos pérdidas de alrededor de 10.000 toneladas.

**VF.** ¿Estas lluvias han causado daños en el resto de frutas de hueso?

**MAG.** No especialmente. Ha habido algún episodio puntual de granizo, pero nada significativo.

**VF.** ¿Qué peso tiene actualmente cada cultivo dentro de la fruta de hueso extremeña?

**MAG.** En cuanto a volumen, la principal fruta de hueso en Extremadura es la ciruela, seguida de nectarina, melocotón y cereza. Sin embargo, en valor económico la cereza tiene un peso muy importante por su mayor valor comercial.

**VF.** Tras los cambios varietales de los últimos años, ¿diría que el sector extremeño de fruta de hueso atraviesa una etapa de mayor estabilidad?

**MAG.** Ahora mismo hablamos de un sector estabilizado. Hace unos años hubo muchos arranques y cambios varietales, sobre todo en ciruela, pero llevamos ya varias campañas con una situación bastante estable tanto en superficie como en producción.

También se ha producido una deriva hacia la nectarina frente al melocotón. En los últimos cinco años se ha reducido la superficie de melocotón y ha aumentado la de nectarina en la región, aunque en las tres últimas campañas esa evolución también se ha estabilizado y actualmente ambos cultivos mantienen una situación bastante equilibrada.

**VF.** Hablando de la reconversión que ha vivido la ciruela, ¿en qué ha consistido ese proceso?

**MAG.** Sobre todo se han sustituido variedades antiguas por otras más modernas, con mejor



La campaña frutera extremeña se encuentra en su etapa inicial. / ARCHIVO

color, mayor calibre, más estabilidad y mejores niveles de grados Brix.

La tendencia principal ha sido hacia variedades de piel más oscura, especialmente ciruelas negras, muchas de ellas con pulpa roja o amarilla. También hubo un crecimiento importante de las variedades amarillas hace unos años, mientras que las rojas se mantienen más estabilizadas.

La investigación varietal se ha centrado principalmente en obtener variedades de buen calibre y en consolidar esa línea de ciruelas de tonalidades más

oscuras, que es la que ha predominado durante los últimos años. Además, esta reconversión también ha buscado ampliar y completar el calendario comercial, con variedades que permiten disponer de producción desde principios de junio hasta finales de septiembre.

**VF.** ¿Ese calendario largo es una de las fortalezas de Extremadura?

**MAG.** Sí, claramente. Extremadura es una zona muy especializada en ciruela y prácticamente no tiene competencia dentro de España. El objetivo ha sido

disponer de un calendario completo durante toda la campaña.

**VF.** ¿Qué podemos decir de la situación comercial en estos primeros meses?

**MGA.** Ahora mismo existe bastante incertidumbre sobre cómo puede evolucionar la campaña. La situación logística internacional está complicando especialmente las operaciones con algunos mercados asiáticos, debido sobre todo a los largos tiempos de tránsito marítimo, lo que dificulta trabajar esos destinos en estos momentos.

Por ello, Extremadura continúa centrando buena parte de su actividad exportadora en Europa, que sigue siendo su mercado natural, aunque también mantiene su apuesta por los mercados de ultramar, especialmente Centroamérica, Sudamérica y Canadá.

**VF.** ¿Dónde encuentra actualmente Extremadura su mayor competencia en los mercados internacionales?

**MAG.** Nos preocupa especialmente Turquía en cereza. Es el principal productor mundial y tiene un volumen enorme. También Grecia está creciendo mucho en este cultivo. Todo eso hace que cada vez sea más complicado operar en determinados mercados.

**VF.** ¿Cómo está respondiendo el consumo de fruta de hueso?

**MAG.** En los últimos años el consumo ha funcionado



Miguel Ángel Gómez. / AFRUEX

razonablemente bien, aunque también es verdad que ha habido problemas productivos en distintas zonas europeas, lo que ha reducido presión comercial.

El año pasado hubo algunos momentos complicados en nectarina y también en ciruela, pero en general la campaña se desarrolló con bastante normalidad.

**VF.** ¿El calor está ayudando al consumo en este inicio de campaña?

**MAG.** Sí. Ahora mismo hay demanda y el comienzo está siendo positivo. En fruta de hueso el calor es fundamental tanto para la producción como para el consumo. Mientras más calor, más consumo.

**VF.** Para terminar, y después de todo lo analizado, ¿hay buenas perspectivas de campaña desde Afruex?

**MAG.** Por ahora la situación es positiva y el arranque está siendo bueno. Hay demanda de producto y las primeras cotizaciones están funcionando bien.

Aun así, en fruta de hueso siempre hay que ser prudentes, porque todo dependerá de cómo evolucione la climatología durante las próximas semanas. Hemos tenido algunos días de frío, pero vuelve el calor, y eso es bueno tanto para la producción como para el consumo.

De momento, las previsiones son favorables, aunque tendremos que ir viendo cómo evoluciona la campaña, poco a poco.

la plana grupo

Colaboración con

bbc  
PACKAGING

Tapa RPET 100%  
reciclado y reciclable con  
tratamiento antivaho

laplana.com



# Anecoop afronta la campaña de fruta de hueso con más producción y un mercado europeo bajo presión

El grupo cooperativo prevé una recuperación de volumen y calidad tras un 2025 marcado por la falta de producto, aunque alerta de una mayor presión comercial en Europa y de la incertidumbre derivada del contexto internacional

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.** El Grupo Anecoop afronta la campaña 2026 de fruta de hueso con previsiones positivas en volumen y calidad, aunque en un contexto comercial especialmente complejo. “Todo apunta a una campaña exigente, marcada por la coincidencia de producción en los principales orígenes competidores, tanto europeos como terceros países”, explican Elisenda Casals e Isabel Ribes, responsables comerciales de Fruta de Hueso de Anecoop.

Tras una campaña 2025 condicionada por las inclemencias meteorológicas y por una importante falta de producto, el grupo cooperativo espera recuperar producción en las principales categorías de fruta de verano. Casals recuerda que el pasado ejercicio estuvo marcado por un inicio tardío, “hasta dos semanas de retraso”, y por una disponibilidad de fruta inferior a la habitual. “En 2025 vivimos inicialmente una falta de producto generalizada desde el principio de campaña hasta finales de julio. Luego la segunda parte, se caracterizó por abundantes volúmenes y consumos insuficientes”, destaca.

De cara a esta temporada, las previsiones apuntan a “un aumento de volumen respecto a la campaña anterior, con una recuperación notable de la producción”, señala desde Anecoop, que espera una campaña con “rendimientos correctos y buena calidad” en la mayoría de categorías.

Hasta abril, además, la climatología había acompañado el desarrollo vegetativo de los cultivos. “Las lluvias otoñales e invernales abundantes y suficientes



horas de frío han permitido un correcto desarrollo vegetativo y una buena disponibilidad hídrica”, apunta Casals.

No obstante, la primavera ha vuelto a introducir incertidumbre en algunas zonas productoras. “Durante las últimas semanas se han registrado lluvias en floración, heladas puntuales y episodios de granizo muy localizados”, incidencias que han afectado especialmente a determinadas variedades de albaricoque y cereza. Pese a ello, la previsión general continúa siendo positiva y con elevados estándares de calidad.

## ■ SITUACIÓN EN EUROPA

La recuperación productiva prevista en buena parte de Europa será uno de los factores que más condicionará el desarrollo comercial de la campaña. “Sin incidencias climatológicas graves

en albaricoque. Además, desde Anecoop advierten de que la reconfiguración de los flujos internacionales de mercancías derivada del conflicto bélico en Oriente Medio podría traducirse en “una mayor presencia de producto en Europa”, una situación que “intensifica la competencia en los destinos habituales”.

## ■ CONSUMO

La evolución del consumo será otro de los elementos clave de la campaña. Por el momento, la demanda en Centroeuropa está siendo moderada debido a unas temperaturas todavía suaves para esta época del año. “Conforme avance la temporada y si se cumple la habitual mejora en las condiciones climáticas, se espera una dinamización progresiva del consumo”, señala Ribes.

Sin embargo, el contexto económico europeo continúa condicionando el comportamiento de los consumidores. “Las economías europeas están condicionadas por el encarecimiento del petróleo y de otros costes productivos, así como por su débil crecimiento”, apunta Casals. Como consecuencia, aunque el consumo se mantiene estable, lo hace “con una fortaleza limitada”.

Más allá de la evolución coyuntural de la campaña, Anecoop también detecta cambios en los hábitos de compra y en las preferencias del consumidor. “Las tendencias de consumo apuntan a una modificación de los hábitos de compra en lo que se refiere a cantidades, siendo compras más pequeñas”, explica Ribes. Esta evolución está impulsando formatos adaptados a menos frutos o propuestas a

granel “que permiten una mayor facilidad de elección”.

## ■ COSTES E INNOVACIÓN

En paralelo, el sector continúa afrontando importantes desafíos comerciales derivados del incremento de costes. “Uno de los principales retos será gestionar el equilibrio entre oferta y demanda en un contexto de incremento de costes productivos y logísticos”, explica Ribes, en referencia al encarecimiento de insumos como envases, fertilizantes o combustible. A ello se suma “la necesidad de mantener la competitividad en precio en un entorno de mayor oferta y presión comercial”.

La innovación varietal continúa siendo otro de los ejes estratégicos del sector. Según destaca Casals, “la innovación varietal activa está aportando al campo, y posteriormente a los lineales, productos de excelente atractivo externo e interno”. Dentro de esta evolución, el grupo cooperativo destaca especialmente la platerina, impulsada por variedades que “han mejorado notablemente su sabor, color y cierre pistilar”.

De cara a esta campaña, Anecoop está reforzando distintas líneas de trabajo centradas en la planificación y coordinación con sus socios, la mejora del intercambio de información con los clientes y la incorporación de innovaciones varietales. El grupo mantiene además su apuesta por “sistemas de producción más sostenibles y adaptados al cambio climático”, así como por la mejora de la calidad y de la vida postcosecha en colaboración con centros tecnológicos.

A más largo plazo, Anecoop considera que el sector de fruta de verano avanza hacia “una mayor profesionalización, con una planificación cada vez más precisa y una fuerte apuesta por la innovación”.

Al mismo tiempo, el grupo observa una progresiva reducción de las pequeñas explotaciones frutícolas, motivada por cuestiones de relevo generacional y eficiencia económica.

Ante esta evolución, Ribes y Casals aseguran que Anecoop continuará adaptándose al nuevo contexto sin perder “los valores cooperativos” que forman parte del ADN del grupo.

principales destinos europeos y asiáticos”.

En materia de sostenibilidad, Transframarca mantiene su apuesta por la eficiencia hídrica mediante sistemas de riego por goteo automatizado. “Se minimiza la evaporación y se asegura que cada gota llegue directamente a la raíz”, explica.

Otro de los grandes desafíos del sector continúa siendo el incremento de costes y la escasez de trabajadores. “Cada vez se hace más difícil el cultivo de la cereza por los gastos en mano de obra y productos fitosanitarios”, asegura la gerente, quien añade que “es difícil encontrar mano de obra”.

De cara a las próximas campañas, la compañía centrará su estrategia en consolidar sus volúmenes de exportación, mejorar la logística y afrontar la falta de personal. Pese a las dificultades actuales, Marcuello considera que el futuro de la cereza española “se presenta prometedor, pero condicionado a una urgente diversificación comercial y a la adaptación climática”.

# Las tormentas y el granizo lastran la campaña de cereza y reduce la calidad

Pilar Marcuello, gerente de Transframarca, advierte de que las lluvias han afectado a la producción y al consumo

► **ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.**

La campaña de cereza 2026 ha arrancado marcada por una climatología adversa. Así lo explica Pilar Marcuello, gerente de Transframarca, quien señala que “ha empezado con muchas tormentas y eso ha mermado la calidad de la fruta, y se está dejando mucha sin coger”.

Aunque la campaña se inició con buenas previsiones de producción, las lluvias persistentes y las tormentas de pedrisco registradas en las primeras semanas han afectado de forma directa al producto. “Este año había bastante producción, pero debido a la climatología con tantas aguas y piedra en el inicio de la campaña, la calidad no es la adecuada y el consumo se ve disminuido”, destaca Marcuello.

Entre las variedades que mejor comportamiento están mostrando esta temporada, la responsable de la firma destaca Ruby, Nimba y Red Pacific. Sin embargo, la menor calidad de la fruta también está condicionando los precios en origen. “Al no tener calidad, los precios son más

bajos de lo que tendrían que ser y el consumo se ve perjudicado”, afirma.

En el plano comercial, Alemania y China se consolidan como algunos de los mercados internacionales con mayor crecimiento para la cereza española. No obstante, Marcuello advierte de la fuerte presión exterior: “La competencia de otros países productores influye de forma directa y decisiva en la cereza española, determinando los precios de salida, las ventanas de comercialización y la cuota de mercado en sus



Marcuello considera que el futuro de la cereza española “es prometedor”. / ARCHIVO