

valencia

fruits

21 de julio de 2026 • Número 3.158 • Año LXIV • Fundador: José Ferrer Camarena • 5,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



Alemania se mantiene como principal destino de los frutos rojos onubenses, pese al descenso del volumen exportado durante la campaña. / ARCHIVO

Los frutos rojos pierden producción y exportaciones

El balance de la campaña 2025/2026 se cierra con descensos en fresa y arándano, mientras crecen la frambuesa y la mora, en un ejercicio marcado por las borrascas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La campaña 2025/2026 de los frutos rojos en la provincia de Huelva ha estado marcada por las adversas condiciones meteorológicas registradas durante los primeros meses del año. El tren de borrascas que afectó al territorio durante el invierno y el inicio de la primavera condicionó el desarrollo de los cultivos, redujo la disponibilidad de fruta y tuvo un impacto directo tanto en la producción como en las exportaciones. El balance realizado por Freshuelva refleja un comportamiento desigual entre los distintos berries, con descensos en fresa y arándano y aumentos en frambuesa y mora.

La fresa, principal cultivo de la provincia, alcanzó una producción de 204.035 toneladas, un 3% menos que en la campaña anterior. Las continuas lluvias registradas durante las fases clave del cultivo afectaron tanto al rendimiento de las plantaciones como al volumen finalmente comercializado, reduciendo la oferta disponible durante buena parte de la campaña y condicionando la actividad comercial.

La frambuesa, por el contrario, cerró el ejercicio con una evolución positiva. La producción alcanzó las 39.545 toneladas, un 5% más que en la campaña precedente, consolidando la tendencia de crecimiento que este cultivo viene mostrando en los últimos años dentro del conjunto de los frutos rojos onubenses.

El mayor incremento porcentual volvió a registrarse en la mora, cuya producción aumentó un 33% hasta situarse en las 2.517 toneladas. Aunque continúa siendo el cultivo con menor volumen, mantiene una evolución favorable y gana peso de forma progresiva dentro del sector.

El arándano finalizó la campaña con una producción de 59.500 toneladas, lo que supone una reducción del 6% respecto al ejercicio anterior. Al igual que ocurrió con la fresa, las persistentes lluvias condicionaron el desarrollo del cultivo durante buena parte del ciclo productivo y limitaron el potencial de cosecha.

La menor disponibilidad de fruta tuvo su reflejo en el comercio exterior. Los datos acumulados de exportación hasta el mes

de mayo muestran un descenso generalizado del valor de las ventas, consecuencia directa de la reducción del volumen exportado durante los meses más afectados por las borrascas.

Las exportaciones de fresa alcanzaron un valor de 675,7 millones de euros, un 3,3% menos que la facturación obtenida en el mismo periodo del año anterior.

La frambuesa registró ventas por valor de 222,7 millones de euros, con una disminución del 3%, mientras que el arándano alcanzó los 336,2 millones de euros, un 4% menos. La nota positiva volvió a llegar de la mora, cuyas exportaciones crecieron un 12% hasta situarse en 20,6 millones de euros.

Por mercados de exportación, Alemania continúa siendo el principal destino para la fresa, la frambuesa y el arándano onubenses. En el caso de la fresa, Reino Unido y Francia completan los principales destinos; para la frambuesa, Reino Unido y Países Bajos; y para el arándano, Países Bajos y Francia. En la comercialización de la mora, el principal mercado vuelve a ser Países Bajos, seguido de Alemania y Francia.

Freshuelva considera que la campaña vuelve a demostrar la capacidad de adaptación del sector ante unas circunstancias meteorológicas especialmente adversas. A pesar de las dificultades, las empresas han mantenido el compromiso con el suministro a los mercados internacionales, la calidad, la seguridad alimentaria y la innovación varietal.

La asociación insiste, además, en la necesidad de avanzar en cuestiones estratégicas que condicionan la competitividad del sector. Entre ellas cita la disponibilidad de agua e infraestructuras hidráulicas, la estabilidad de la mano de obra, la búsqueda de soluciones para la desinfección de suelos y la defensa de unas condiciones de competencia equitativas frente a las importaciones procedentes de terceros países. En este sentido, Freshuelva vuelve a reclamar el impulso de mecanismos de reciprocidad, como las cláusulas espejo, para garantizar que los productos importados cumplan los mismos requisitos sociales, laborales, fitosanitarios y medioambientales exigidos a los productores europeos.



Esta semana

- 3

Los productores valencianos cierran una campaña de patata y cebolla “desastrosa”
- Los agricultores sevillanos dejan miles de kilos de cebolla sin recolectar
- 4

El coste de producción del melocotón y la nectarina en Cataluña se sitúa en 14.298 euros/ha
- 5

UAGA denuncia prácticas “deshonestas” en la comercialización de la fruta
- 7

Proexport une a diez productores de melón y sandía del entorno del Mar Menor en la biolucha contra plagas
- 8

La clorosis nervial centra las preocupaciones fitosanitarias del sector cítrico



Sumario

Agrocomercio	3
Agrocultivos	8
Agrodistribución	12
Agrocotizaciones	13





Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta
ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente
AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente
RAQUEL FUERTES REDÓN
■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director
ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ
■ director@valenciafruits.com

Redacción
NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS
■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY
■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales
■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión
NERI TORRES VERGARA
■ neri.torres@valenciafruits.com

Administración y Suscripciones
ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ
■ administracion@valenciafruits.com
■ suscripciones@valenciafruits.com

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

LUCÍA GARCÍA COLINÓ
GIANLUCA PIGNATELLI
VICENT ESCRIG ANGLÉS

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



SUCRO

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

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

Empresa asociada



Tribuna Abierta

La España de las dos estrellas

Por GONZALO GAYO

El entrenador Luis de la Fuente decía, tras proclamarse España campeona del mundo, que la estrella conseguida “es un ejemplo para España”. Y no le falta razón al mister tras demostrar que, con esfuerzo, compañerismo, humildad, integridad y talento, se construye el mejor equipo para conquistar los sueños que nos propongamos en cualquier aspecto de la vida.

Esta segunda estrella lograda en el Mundial de fútbol atesora los valores que deben representar a un país. Y es un ejemplo para seguir con orgullo por todos.

Los valores demostrados en el campo de fútbol deberían iluminar también a los políticos, en vez de tratar de imponer relatos que sólo ocultan la verdad.

El último Informe sobre el Estado de Derecho de 2026 de la Comisión Europea destaca que España mantiene reformas clave paralizadas y advierte de que las “buenas intenciones” (léase, relatos) no bastan para combatir la corrupción y desatascar el sistema judicial. El texto recoge la preocupación institucional por las presiones políticas y las injerencias que denuncian sufrir los jueces e insta a desvincular orgánicamente la Fiscalía General del Estado del poder ejecutivo.

Añaden desde Bruselas que resulta alarmante la percepción ciudadana: el 92% de los españoles considera que las prácticas corruptas están extendidas en el sector público, superando de forma drástica la media de la UE, situada en el 68%. Además, se estima que el 85% de los ciudadanos detecta estas prácticas irregulares en el entorno de los negocios. Concluye el informe señalando “la preocupación europea por la falta de independencia y la línea editorial de los medios de comunicación públicos, como Radio Televisión Española (RTVE)”.

Mientras tanto, desde la Secretaría de Estado para la Comunicación en La Moncloa, liderada por Lydia del Canto, se insiste en los enfrentamientos contra el poder judicial mientras se elaboran y difunden los relatos con los que se pretende gobernar sin presupuestos, sin los apoyos parlamentarios necesarios y cada día más alejados de la realidad.

Nada menos que 60 periodistas tratan de imponer una agenda mediática que oculta la verdad y prolonga la agonía con el apoyo de otros 700 analistas, técnicos y asesores en La Moncloa. A tal punto llega la impunidad que hay convocadas en el BOE 90 plazas de periodistas para reubicar antes de las elecciones. Pero eso ya es otro cantar.

En la España de las dos estrellas lideramos la pobreza entre los países desarrollados. Ocupamos el puesto 36 de 39. Somos líderes en pobreza en la UE, mientras la ministra de Juventud, y nutricionista de

formación, es incapaz de dar soluciones mientras se dedica a otros menesteres con flotillas más allá de nuestras fronteras.

Uno de cada tres niños en España sufre pobreza infantil o está en riesgo de exclusión social, según el último informe La pobreza infantil en España 2026.

También desde Bruselas advierten de los graves problemas estructurales que amenazan a la economía y a la agricultura con la escasez de agua, especialmente en la cuenca mediterránea. El informe recuerda que “España es uno de los países de la UE más vulnerables al cambio climático, lo que ha provocado pérdidas significativas humanas, económicas y medioambientales. España incurrió en pérdidas de 119.600 millones de euros debido a eventos extremos relacionados con el clima y el tiempo entre 1980 y 2024”.

También la rica biodiversidad de España está amenazada, “con sólo el 8,9% de los hábitats y el 18,9% de las especies con un buen estado de conservación, significativamente inferior a las medias de la UE”. Desde La Moncloa, ni responden, ni propósito de enmienda, ni partida presupuestaria.

España se sitúa entre los peores miembros de la UE en la transposición de directivas del mercado único, generando barreras para nuestras exportaciones. Además, recuerdan que España está fuera del sistema unitario de patentes frente al sudoku de normativas locales y autonómicas que ahuyentan las inversiones extranjeras.

Es una anomalía democrática que un ejército de relatores oculte la verdad y ni tan siquiera informe de lo que advierte Bruselas, como, por ejemplo, que el nuevo empleo que aflora de la regularización “sigue concentrado en varias actividades de servicios de menor productividad, lo que genera preocupaciones sobre la competitividad de la economía española”.

Bruselas advierte de que “los desafíos estructurales exigen un cambio económico. Persisten desafíos en la reducción de la pobreza, la exclusión social, el abandono escolar a largo plazo y el abandono escolar temprano. La severa tasa de privación de vivienda también aumentó, lo que indica malas condiciones de vida”. Son advertencias para tomárselas en serio.

La situación es muy preocupante en multitud de frentes, con un Gobierno a la deriva, en un final de ciclo donde reina la impunidad sin importar el sufrimiento que genera tanta desidia. Desde la Comisión Europea y el Banco de España alertan también de que en España urgen nada menos que 750.000 viviendas tras una legislatura en blanco y sin presupuestos, lo cual está causando un perjuicio social y económico sin precedentes en nuestra historia democrática.

La vivienda social en España representa hoy apenas entre el 1,5% y el 1,7% del total, mientras llega al 30% en Países Bajos. Por ello, lideramos en la UE el retraso en la emancipación juvenil, vinculada directamente a los altos precios de la vivienda y la precariedad del empleo, así como la más baja natalidad del mundo o el sufrimiento de nuestros mayores. Sin hijos no hay futuro y actualmente es otra dura condena para una gran generación de jóvenes en la España de las dos estrellas.

Sin presupuestos, ni debates, ni comunicación previa a la UE, el Gobierno afronta el proceso de regularización extraordinaria de 1.174.978 personas. Una cifra que duplica las previsiones iniciales y sin presupuesto alguno para reforzar los servicios públicos que sufren la sobrecarga en sanidad, educación, transporte, vivienda...

Y, ya puestos, de perdidos al río. El Gobierno anuncia, en vísperas de elecciones generales, la vía excepcional, conocida popularmente como Ley de Nietos, para otorgar la nacionalidad directamente desde el país de origen (sin pisar España) a los descendientes de españoles exiliados o emigrados, con plazo hasta el 22 de octubre. Con prisas y sin pausa, en vísperas de elecciones, sin más democracia ni debate que la santa voluntad.

Lógicamente, a Bruselas le preocupa el volumen total de solicitantes (más de dos millones de expedientes en trámite), ya que cada nuevo ciudadano español obtiene automáticamente la ciudadanía europea, lo que les concede el derecho inmediato a emigrar, residir y trabajar en cualquiera de los 27 países de la UE sin necesidad de pasar por los filtros de extranjería que aplican otros Estados miembros. Si hay interés, hágase sin prisas, desde el debate, con garantías democráticas y con las consultas previas a nuestros socios europeos.

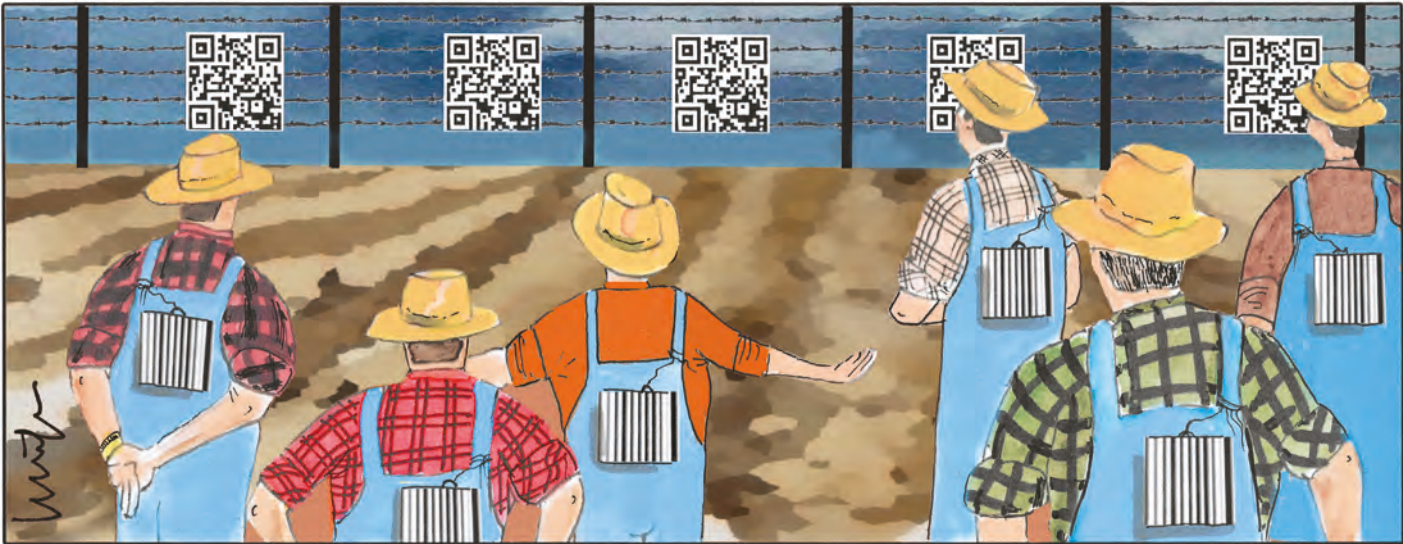
Desde el domingo celebramos el ejemplo de una selección de fútbol que nos marca el camino de la honestidad, el esfuerzo, la humildad, el trabajo en equipo y el orgullo para alcanzar los sueños y construir país. Son los mismos jóvenes que nos dieron una de las mayores lecciones de nuestras vidas durante la DANA, trabajando codo con codo, sin distinguir colores, ideologías o creencias, atendiendo a la gente donde se les necesitaba.

Es una generación que nos llena de orgullo a quienes peñamos canas y representa la esperanza de un nuevo tiempo para un país que necesita arrimar el hombro para salir adelante sin tantas mentiras.

Necesitamos elecciones democráticas para poder respirar en libertad y decidir el futuro que merece la España de las dos estrellas.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los productores valencianos cierran una campaña de patata y cebolla “desastrosa”

La organización agraria AVA-Asaja cifra las pérdidas de los horticultores en 18 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores valencianos de cebollas y patatas están acabando una de las campañas más negativas de los últimos tiempos. La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) cifra en 18 millones de euros —10 millones en el cultivo de patatas y 8 en el de cebollas— las pérdidas sufridas por los horticultores de la Comunitat Valenciana, quienes se han visto obligados a malvender sus cosechas muy por debajo de los costes de producción e incluso, ante la falta de un precio que cubriese al menos los gastos de recogida, a dejar perder la producción en el campo.

AVA-Asaja destaca que la entrada excesiva de patata vieja de Francia y de importaciones de cebollas y patatas procedentes de países terceros —Chile, Perú, Israel, Egipto, Marruecos, Senegal, Nueva Zelanda, etc.— coparon los mercados españoles y europeos desde el principio de la etapa de comercialización, lo que ha contribuido de manera decisiva a hundir la demanda del producto local, ralentizar las compras hasta el mes de julio y desplomar los precios en campo.

Según especifica la organización agraria, en el caso de la cebolla, los precios ofrecidos por



Los precios en origen han sido bajos y algunos horticultores han dejado perder la producción en el campo. / ARCHIVO

La entrada excesiva de patata vieja de Francia y las importaciones de cebollas y patatas de países terceros han copado los mercados españoles y europeos, y han contribuido a hundir la demanda del producto local

los operadores comerciales a los agricultores han caído a 0,08 euros por kilo, frente a unos costes de producción que superan los

0,25 euros/kg. En el tramo final de la campaña han llegado a hundirse a 0,03 euros/kg, lo que no permite ni siquiera recolectarlas,

de modo que algunos productores han optado por ‘rotovatarlas’ con su tractor o regalarlas. Las cotizaciones ofrecidas por la patata se han reducido a 0,17 euros/kg, muy por debajo de los 0,30 euros/kg que suponen ya los costes de producción después de encarecerse los carburantes, los fertilizantes y otros insumos.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, denuncia que

“la campaña de cebollas y patatas ha sido desastrosa de principio a fin. Los agricultores han cumplido las normativas más exigentes del mundo, han afrontado unos costes de producción enormes, han luchado contra el calor y las plagas para obtener la mayor producción posible, pero todo ese esfuerzo ha sido inútil porque la clase política de la Unión Europea ha abierto las puertas de par en par a una producción de fuera que ni es tan fresca, ni es tan saludable, ni es tan sostenible como la nuestra. Basta de competencia desleal que viene para echarnos del mercado. O damos preferencia a la producción de proximidad o seguirán aumentando los campos abandonados”.

Al respecto, Aguado lamenta que “la Huerta de Valencia está protegida por ley, pero el agricultor no puede sobrevivir. Las ayudas testimoniales que se dan están bien, pero si queremos mantener este paisaje es necesario que los cultivos sean rentables. No habrá huerta si las limitaciones restan competitividad, si los precios de las cebollas y patatas están por los suelos, si los precios de las sandías no permiten su cultivo o si la chufa pierde cada año más productividad. El futuro de la huerta solo será posible si garantizamos el futuro del agricultor”.

Los agricultores sevillanos dejan miles de kilos de cebolla sin recolectar

COAG Sevilla denuncia precios en origen ruinosos e incumplimientos de contratos

► VF. REDACCIÓN.

La campaña de cebolla en la provincia de Sevilla está dejando imágenes preocupantes y desoladoras, con agricultores que optan por dejar su producción en el campo porque recogerla supone perder todavía más dinero.

COAG Sevilla denuncia que esta situación es consecuencia de la inestabilidad del mercado, del incumplimiento de contratos por parte de algunas comercializadoras y de unos precios en origen completamente ruinosos que hacen inviable la actividad.

Aunque numerosos agricultores habían formalizado contratos de compraventa antes del inicio de la campaña, la organización agraria asegura que muchas empresas están dejando de cumplir los acuerdos alcanzados,

escudándose en cláusulas contractuales que les permiten renunciar a la compra cuando la evolución del mercado ya no les resulta favorable.

Mientras tanto, los precios que se están ofreciendo al agricultor oscilan entre 9 y 12 céntimos por kilogramo, una cantidad que apenas cubre los costes de arranque, manipulación y carga del producto, sin contemplar los gastos derivados de todo el proceso de cultivo.

“Lo que está ocurriendo en esta campaña es inadmisibile. Los agricultores han trabajado durante más de seis meses, han asumido todos los riesgos y han realizado una inversión muy importante para que, cuando llega el momento de vender, algunas comercializadoras incumplan los



Algunos horticultores sevillanos han optado por dejar las producciones en el campo sin recolectar para no incrementar las pérdidas. / ARCHIVO

contratos o pretendan pagar precios que ni siquiera cubren los costes de producción”, denuncia el secretario provincial de COAG Sevilla, Sebastián González.

La organización recuerda que producir una hectárea de cebolla supone una inversión de entre 7.000 y 9.000 euros, por lo que aceptar las cotizaciones actuales significaría asumir pérdidas económicas inasumibles.

“Hay agricultores que prefieren dejar la cebolla en el campo porque recogerla supone perder todavía más dinero. Es una decisión dramática, pero completamente comprensible cuando el mercado ofrece precios que no

permiten cubrir ni los costes de producción”, explica Sebastián González.

COAG Sevilla considera especialmente grave que, mientras se rechaza la producción local, algunas empresas estén recurriendo a importaciones procedentes de terceros países para abastecer sus centros logísticos, desplazando a la cebolla cultivada en la provincia precisamente en el momento de mayor oferta.

“Resulta incomprensible que se dé la espalda al producto nacional mientras se llenan los almacenes con cebolla importada. Esta estrategia hunde el mercado, arruina a nuestros

agricultores y pone en riesgo la continuidad de un cultivo estratégico para la provincia de Sevilla”, añade González.

La organización agraria señala que, afortunadamente, los contratos vinculados a las producciones más tempranas y aquellos destinados a mercados europeos están ofreciendo un comportamiento mucho más estable, lo que demuestra que es posible planificar y comercializar la producción con seriedad y respeto hacia el agricultor.

Ante esta situación, COAG Sevilla exige a las empresas comercializadoras y a la gran distribución que asuman su responsabilidad y respeten tanto los contratos firmados como la Ley de la Cadena Alimentaria, evitando prácticas que conduzcan a operaciones por debajo de los costes efectivos de producción.

“No podemos permitir que el eslabón más débil de la cadena siga soportando todas las pérdidas mientras otros especulan con el mercado. Exigimos compromiso con la producción española, respeto a los contratos y precios que permitan a los agricultores vivir de su trabajo. Si esta situación continúa, cada vez habrá menos productores dispuestos a sembrar cebolla y todos acabaremos pagando las consecuencias”, concluye el secretario provincial de COAG Sevilla.

El coste de producción del melocotón y la nectarina en Cataluña se sitúa en 14.298 euros/ha

Producir un kilo de melocotón o nectarina asciende a 0,585 euros/kg en 2026 según un estudio del CREDA-UPC-IRTA

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un estudio del CREDA-UPC-IRTA, basado en los datos de las explotaciones de la Red Contable Agraria de Cataluña (XCAC), e impulsado por el Departamento de Agricultura, cifra el coste medio de producción del melocotón y la nectarina en Cataluña en 14.298 euros/ha en 2026. Esto supone un incremento de entre el 10% y el 15% respecto al coste medio del periodo 2020-2024, que se situó en 12.846 euros/ha registrados en valores constantes de 2024.

El informe sobre los costes de producción de melocotón, nectarina y paraguayo se presentó el pasado 14 de julio en rueda de prensa en la sede de Afrucat. “Este estudio es una iniciativa que forma parte de una manera de entender las políticas agroalimentarias de Cataluña. Desde el Departamento de Agricultura, junto con los diferentes sectores, trabajamos para que el sistema alimentario sea cada vez más competitivo y transparente”, declaró la directora general de Alimentación, Rosa Cubel.

Asimismo, Cubel destacó la importancia de crear “un sistema alimentario más justo, más equitativo y más cohesionado. En este sentido, este estudio aporta una metodología rigurosa y está basado en datos contables reales de explotaciones catalanas, para ayudar a nuestro sector a disponer de herramientas útiles para la toma de decisiones y para acompañar a agricultores, ganaderos, pescadores y a toda la cadena alimentaria, con políticas basadas en la evidencia y orientadas a garantizar la viabilidad de nuestro sistema agroalimentario”.

■ COSTE POR KILO

Partiendo de un rendimiento estimado de 24.431 kilos por hectárea, un 8,6% superior a la

Afrucat prevé que la campaña de fruta de hueso de este verano pueda finalizar antes de lo habitual

media de la muestra 2020-2024, el estudio calcula que el coste medio de producción se sitúa en 0,585 euros/kg, distribuido entre 0,260 euros/kg de costes específicos, 0,227 euros/kg de costes generales y 0,099 euros/kg correspondientes a la mano de obra familiar.

A estos costes hay que añadir los gastos de confección y comercialización. Considerando un coste orientativo de confección de 0,506 euros/kg, el coste total del melocotón y la nectarina acondicionados se estima en 1,234 euros/kg.

Los autores del informe remarcan que el estudio no pretende establecer precios de venta, sino ofrecer una estimación objetiva de los costes de producción que ayude a mejorar el conocimiento económico del sector y aporte información de referencia en las negociaciones comerciales.

Los datos proceden de la XCAC, un sistema de información que recopila, valida y analiza la contabilidad agraria de explotaciones catalanas, y utilizan una metodología basada en costes por producto, ajustada mediante índices oficiales de precios.

■ FINAL DE CAMPAÑA ADELANTADO

Afrucat prevé que la campaña de fruta de hueso de este verano pueda finalizar antes de lo habitual, como consecuencia del adelanto que se está observando en

la maduración y la recolección de diferentes variedades.

La entrada en producción de las variedades de media estación, con calibres más grandes, ha permitido equilibrar la proporción de tamaños disponibles y, en consecuencia, los diferentes formatos comerciales. Esta mayor disponibilidad de calibres ha contribuido a estabilizar el mercado y a frenar la presión a la baja sobre los precios observada durante el inicio de la campaña.

Al mismo tiempo, a medida que avanza la cosecha, el sector constata que el calendario productivo continúa adelantado respecto a otras campañas. En algunas variedades, este adelanto se sitúa en torno a los diez días en comparación con las últimas cosechas y puede llegar a los veinte días respecto a su calendario tradicional de hace años. Según las previsiones de Afrucat, esta evolución podría comportar una finalización más temprana de la campaña de verano.

“Este escenario podría provocar una mayor concentración de la demanda en el tramo final de la campaña y una disponibilidad más limitada de producto. Será especialmente importante una buena programación comercial entre los diferentes agentes de la cadena para garantizar el servicio a los clientes”, afirmó Jaume Lozano, presidente del Comité de fruta de hueso de Afrucat.

La asociación prevé que esta menor disponibilidad de fruta en la fase final de la campaña pueda traducirse en un incremento de los precios. Una evolución que, además de responder al equilibrio entre oferta y demanda, resulta necesaria en un contexto en el que los costes de producción continúan condicionando la rentabilidad del sector.



El mango español debe diferenciarse por su frescura y sabor. / AET

La AET insta a respetar los tiempos de maduración del mango

La asociación advierte que se están comercializando mangos sin la madurez adecuada, lo que daña la reputación del sector

► VF. REDACCIÓN.

La Asociación Española de Tropicales (AET) ha hecho un llamamiento urgente a la responsabilidad de todo el sector. Ante la detección de prácticas de recolección prematura por parte de algunos productores, la entidad advierte del grave perjuicio que esto supone para la reputación del mango español en los mercados nacionales e internacionales.

El presidente de la AET, José María López, ha asumido el liderazgo de esta campaña de concienciación, sumándose activamente a la demanda de Intertropic para asegurar que sólo llegue al mercado un producto en su punto óptimo de consumo.

“La calidad es nuestra mayor fortaleza. El objetivo es muy sencillo: que cada consumidor disfrute de un mango de calidad y siga confiando en el mango de origen España. Desde nuestra organización llevamos años trabajando por esta meta y hemos realizado un gran esfuerzo para sacar adelante la marca de calidad Mango de Málaga”, destaca José María López.

Por ello, el presidente del colectivo advierte de que “se están comercializando ya mangos en algunos puntos de venta, en un estadio de desarrollo deficiente, lo que daña la imagen del producto, a todo el colectivo de productores y echa por tierra el trabajo de años realizado para prestigiar un producto para el que la AET desarrolló la marca de calidad Mango de Málaga”.

■ UN ESFUERZO CONJUNTO

La recolección temprana de fruta que aún no ha alcanzado su madurez adecuada no sólo perjudica al operador que la comercializa, sino que arrastra consigo el prestigio de todo el origen español. Una sola mala experiencia de consumo es capaz de reducir la confianza del comprador y limitar la fidelización en los mercados europeos, donde el mango español siempre ha destacado por su frescura y sabor frente a los competidores transatlánticos.

Para evitar esto, López señala que la clave reside en el rigor técnico y la colaboración de toda la cadena de valor. Es

fundamental comercializar únicamente mangos que hayan alcanzado la madurez adecuada en el árbol, verificando parámetros técnicos objetivos como los grados Brix y la materia seca.

Además, es necesario garantizar la trazabilidad y asegurar el seguimiento del producto en cada etapa para garantizar que cumple con los estándares exigidos. Y debe existir una coordinación estrecha entre el agricultor, los comercializadores y los puntos de venta.

“¿Cómo lo conseguimos? Trabajando todos juntos. Desde el agricultor hasta el punto de venta, cada paso cuenta. Si todos hacemos bien nuestro trabajo, tendremos un mango con mejor sabor, consumidores más satisfechos y un sector más fuerte. Porque la calidad es responsabilidad de todos”, defiende el presidente de la asociación.

■ DIFERENCIARSE POR CALIDAD

El sector del tropical en España ha realizado una inversión histórica de esfuerzo y recursos para diferenciarse en calidad. Una de las mayores conquistas de este trabajo colectivo ha sido la creación y promoción de sellos de excelencia específicos.

“Hemos trabajado mucho para sacar adelante la Marca de Calidad ‘Mango de Málaga’, un trabajo que queda anulado si todos los productores no apostamos de verdad por comercializar un producto de calidad, lo que es sinónimo de una recolección y distribución en su mejor momento de madurez. Consideramos que proteger la calidad debe ser una prioridad estratégica para todos los agentes implicados”, asegura López de manera tajante.

La Asociación Española de Tropicales recuerda que la ventaja competitiva de España frente a otros países productores es, precisamente, la cercanía a los mercados europeos, lo que permite dejar madurar la fruta en el árbol durante más tiempo. Perder este factor diferencial por culpa de cosechas apresuradas pone en riesgo el sustento de las miles de familias que dependen de este cultivo en el sur peninsular.



El estudio mejora el conocimiento económico del sector y aporta referencias en las negociaciones comerciales. / ARCHIVO

UAGA denuncia prácticas “deshonestas” en la comercialización de la fruta

La organización pone el foco en el mercado de la cereza y del melocotón amarillo

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA-COAG) ha alertado de prácticas comerciales “deshonestas” en la fruta, por parte del sector de la distribución. Pone el foco principalmente en la comercialización de la cereza y el melocotón amarillo, dos de las producciones más importantes en Aragón.

En el caso del melocotón, la organización agraria ha criticado que el precio de salida, fijado por la distribución, para la producción destinada a zumo es de sólo 8 céntimos el kilo.

Añade que esto empuja a los fruticultores a plantearse no recoger la cosecha porque se queda muy lejos de cubrir los costes de producción.

Pero, además, ese importe repercute también en los mercados del melocotón fresco y del de conserva, haciendo que los precios en origen caigan a mínimos inviables.

En el melocotón amarillo para industria/conserva los precios rondan los 22 ó 24 céntimos el kilo y en el caso del melocotón amarillo en fresco y de la nectarina temprana las liquidaciones no han alcanzado los 50 céntimos el kilo. Según UAGA, se trata de unos precios por debajo de lo



Se plantea no recoger el melocotón al no cubrir costes. / JAVIER ORTEGA

que el IRTA (Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias), empresa pública de la Generalitat de Cataluña, ha fijado como coste de producción estimado para el melocotón en general y la nectarina a 0,58 euros el kilo.

De ahí, que para los fruticultores trabajar por debajo de ese precio “equivale a pérdidas”, han recordado desde la organización agraria.

En cuanto a la comercialización de la cereza, UAGA ha manifestado que la campaña ha sido

un “desastre” por los precios percibidos en origen, 1 euro menos de media respecto al año 2025. A esto se le suma la decisión de la principal cadena de supermercados en España de comercializar cerezas solo a partir del calibre 26, sin informar previamente, lo que ha provocado que los calibres más pequeños hayan quedado sin salir a la venta,—en los almacenes—.

Un hecho que ha castigado seriamente la rentabilidad de muchas explotaciones, en un año que, como consecuencia de

las olas de calor, los calibres han sido en general más pequeños, pero los gastos de los fruticultores a la hora de la recolección han sido los mismos.

En este punto, UAGA ha indicado que muchos supermercados europeos sí están comercializando cerezas a partir del calibre 24. Respecto al diferencial de precios entre origen y destino ha sido de un 270 por ciento en la cereza y del 515 por ciento en el melocotón, tal y como se recoge en el IPOD del mes de junio que elabora COAG.

Por ese motivo, UAGA ha exigido al Ministerio de Agricultura que “deje de mirar ya hacia otro lado” y empiece a actuar corrigiendo las posibles lagunas de la ‘Ley de la cadena’ y sancionando estas prácticas comerciales “desleales”.

La organización agraria asegura que dichas prácticas ponen en riesgo la continuidad de muchas explotaciones frutícolas, principalmente, en zonas donde la producción se apoya fundamentalmente en las explotaciones familiares que vertebran el territorio.

■ PLAGA DE CONEJOS

Asimismo, UAGA ha denunciado que la plaga de conejos continúa

provocando graves pérdidas económicas en las explotaciones agrarias aragonesas. Además, ocasiona importantes daños en infraestructuras agrícolas, “sin que las administraciones competentes adopten medidas eficaces para controlar una situación que se prolonga desde hace años”.

Ante esta situación, UAGA ha anunciado que iniciará la vía judicial para reclamar la responsabilidad patrimonial del Gobierno de Aragón y del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible.

Considera que ambas administraciones incumplen su obligación de controlar las poblaciones de conejos que encuentran refugio en los taludes de carreteras y vías ferroviarias.

La organización denuncia que esos espacios públicos se han convertido en auténticas granjas de reproducción de conejos, desde los cuales los animales invaden las parcelas agrícolas causando cuantiosos daños en cultivos e infraestructuras de riego, caminos y cerramientos.

También reclama una profunda modificación de la normativa de Agroseguro, ya que considera que el actual sistema perjudica precisamente a los agricultores que padecen de forma continuada los daños de la plaga.

Insiste en que la situación requiere decisiones inmediatas y reclama a las administraciones un conjunto de medidas que permitan reducir de forma efectiva la sobrepoblación de conejos.

UAGA concluye que la plaga de conejos se ha convertido en el principal obstáculo para sacar adelante las producciones agrícolas en muchas comarcas. La organización reclama una actuación coordinada entre todas las administraciones implicadas para poner fin a una situación que compromete la viabilidad de muchas explotaciones.

En Naranjasyfrutas.com las búsquedas de cosechas de naranja crecen un 43% frente al retroceso de las de mandarina

El informe de la plataforma constata que mientras las naranjas registran un aumento del interés comercial, las mandarinas retroceden en las búsquedas y mantienen estable su oferta

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las búsquedas de cosechas de naranja realizadas por los comercios a través de Naranjasyfrutas.com aumentaron un 43,25% durante la campaña 2025/2026, un crecimiento que contrasta con el descenso del 5,71% registrado en las búsquedas de mandarinas. Los datos del informe reflejan un comportamiento desigual entre ambos segmentos del mercado y apuntan a un mayor dinamismo alrededor de la naranja en la última campaña.

La evolución resulta especialmente significativa porque la oferta apenas varió en ambos casos. Mientras las cosechas de naranja publicadas en la plataforma crecieron un 2,49%, las de mandarina lo hicieron un 1,02%. Es decir, el fuerte incremento del interés por las naranjas responde más a un cambio en la demanda

que a un aumento de la disponibilidad de fruta.

El informe también muestra que el mercado continúa concentrando buena parte de su actividad en las variedades tradicionales. En naranja, Navelina, Navel Lane Late y Valencia Late encabezan tanto la oferta como las búsquedas de los compradores, un alineamiento que evidencia la consolidación de estas variedades en las operaciones comerciales.

Sin embargo, el análisis también detecta movimientos de fondo. Tarocco Rosso figura entre las variedades que más crecen tanto en publicaciones como en búsquedas, mientras Salustiana registra el mayor incremento de interés entre los compradores. La evolución apunta a una diversificación progresiva de la demanda, sin desplazar todavía

Mientras las cosechas de naranja publicadas en la plataforma Naranjasyfrutas.com crecieron un 2,49%, las de mandarina lo hicieron un 1,02%

el liderazgo de las variedades más implantadas.

En mandarinas el escenario es distinto. La actividad comercial pierde intensidad pese al ligero crecimiento de la oferta. Clemenules mantiene su liderazgo tanto entre las cosechas anunciadas como entre las variedades más demandadas, acompañada por Clemenvilla, mientras que Tango se consolida entre las preferencias de los



Naranjasyfrutas.com lanza su informe 2025-2026. / ARCHIVO

compradores. El informe identifica además un aumento del interés por variedades como Orri mientras que Nadorcott, Leanri y Tango son las que más crecen en número de cosechas publicadas. Estos movimientos reflejan que el mercado continúa ajustando su interés hacia variedades con mayor valor comercial o calendarios de recolección diferenciados. Otro aspecto que confirma el estudio es la estabilidad del perfil productivo de las explotaciones presentes en la plataforma. Las cosechas de entre 10.000 y 50.000 kilos siguen siendo las más frecuentes tanto en naranja como en mandarina. No obstante, las explotaciones citricolas muestran comportamientos diferentes según el cultivo: en naranja aumenta

con fuerza la publicación de cosechas de entre 50.000 y 100.000 kilos, mientras que en mandarina el mayor crecimiento corresponde a cosechas de entre 1.000 y 5.000 kilos, un indicador de la mayor participación de productores de menor dimensión en este segmento.

El informe, elaborado a partir de la actividad registrada en Naranjasyfrutas.com y patrocinado por Caixa Popular, ofrece una radiografía de las tendencias comerciales detectadas entre agricultores y compradores durante la campaña. Con el inicio de julio ya se han registrado las primeras búsquedas de variedades tempranas de la próxima campaña, un movimiento que anticipa el comienzo de la actividad comercial para 2026/27.



Imagen del consejero Joaquín Buendía en la visita a la empresa Pozo Sur donde se trabaja en la campaña de sandía. / CARM

Murcia prevé superar las 259.000 toneladas de sandía en la campaña de 2026

El cultivo ocupa cerca de 4.000 hectáreas, con un claro predominio de las variedades sin pepita, mientras las exportaciones alcanzaron los 120,65 millones de euros en 2025

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La sandía consolida su peso dentro de la agricultura de la Región de Murcia con una superficie cercana a las 4.000 hectáreas y una producción prevista de más de 259.000 toneladas para la campaña de 2026. El cultivo mantiene además una sólida evolución en los mercados exteriores, donde las exportaciones siguen creciendo impulsadas por la demanda de los principales destinos europeos.

La mayor parte de la superficie cultivada corresponde a variedades sin pepita, que ocupan 3.868 hectáreas y representan prácticamente la totalidad de la producción regional, con una previsión de más de 251.700 toneladas. El resto de la superficie se

dedica al cultivo de sandía con pepita.

Durante una visita a la empresa agrícola Pozo Sur, en Águilas, el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Joaquín Buendía, destacó que la sandía de la Región de Murcia ha reforzado su posición en los mercados gracias a la apuesta del sector por la calidad, la innovación y la adaptación de las variedades a las preferencias de los consumidores.

En el ámbito comercial, las exportaciones regionales de sandía alcanzaron en 2025 un valor de 120,65 millones de euros, lo que supone un incremento del 8,8% respecto al año anterior.

Alemania continúa siendo el principal destino de la sandía

murciana y concentra cerca del 38% del valor exportado. Le siguen Francia, Reino Unido y Países Bajos. Entre los mercados con mayor crecimiento destaca Francia, donde las ventas aumentaron más de un 31%, así como Suecia, país en el que las exportaciones se duplicaron respecto al ejercicio anterior.

Durante la visita, representantes del sector analizaron la evolución de la campaña y abordaron algunos de los principales retos a los que se enfrenta el cultivo, entre ellos la necesidad de seguir impulsando la innovación y garantizar la disponibilidad de agua para mantener la competitividad de las explotaciones.

“No cortes en verde” controla 1,4 millones de kilos de melón y sandía

La Junta de Andalucía ha realizado 96 inspecciones en 28 empresas comercializadoras de Almería y ha detectado incidencias en menos del 4% de las partidas analizadas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La campaña de control de calidad ‘No cortes en verde’, impulsada por la Junta de Andalucía en colaboración con Hortyfruta, ha controlado 1,4 millones de kilos de melón y sandía en 28 empresas comercializadoras de Almería durante la campaña 2025/2026. Las inspecciones han detectado incidencias en el 3,7% de las partidas de sandía y en el 4% de los frutos de melón analizados.

Según ha informado la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, durante la campaña se han realizado 96 controles para comprobar que ambos productos reúnen las condiciones de comercialización antes de su salida al mercado.

En sandía se han efectuado 74 controles sobre 1,24 millones de kilos, con una media de 10,38 grados Brix. Las partidas que han presentado incidencias han sido inmovilizadas para su revisión y se han retirado las piezas que no cumplían los requisitos mínimos.

En el caso del melón, se han realizado 22 controles sobre 155.848 kilos, con una media de 11,64 grados Brix y un 4% de frutos que no han alcanzado los estándares mínimos de calidad.

La Junta también ha señalado que la campaña 2025/2026 ha registrado un aumento de la superficie cultivada. El melón ha alcanzado las 2.818 hectáreas, un 4% más que en la campaña anterior, mientras que la

sandía ha llegado a 12.272 hectáreas, con un incremento cercano al 11%.

La producción se ha situado en aproximadamente 664.000 toneladas de sandía y 120.000 toneladas de melón, según los datos facilitados por la administración autonómica.

Durante la campaña se han realizado 96 controles para comprobar que ambos productos reúnen las condiciones de comercialización antes de su salida al mercado

Por otro lado, la implantación del control biológico también ha aumentado durante la campaña. En sandía ha alcanzado las 1.500 hectáreas, un 11% más que el año anterior, lo que supone el 12% de la superficie cultivada, mientras que en melón ha llegado a 540 hectáreas, un 28% más, equivalente al 19% del total.

El delegado territorial de Agricultura, Antonio Mena, ha destacado que la campaña refleja el compromiso del sector con la calidad de ambos cultivos y ha defendido seguir impulsando tanto los controles de calidad como la extensión del control biológico para reforzar la competitividad de estas producciones.

El Melón de Carrizales prevé una campaña más corta

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Comunidad de Regantes de Carrizales ha inaugurado la campaña del Melón de Carrizales con el tradicional corte simbólico del primer fruto. Las precipitaciones registradas durante la primavera obligaron a retrasar las plantaciones, lo que se traducirá en una menor cosecha respecto al pasado año, si bien los productores destacan la calidad del producto y mantienen la superficie cultivada en unas 40 hectáreas.

La Comunidad de Regantes de Carrizales ha dado comienzo a la campaña del Melón de Carrizales con el tradicional corte simbólico del primer fruto. Las previsiones apuntan a una producción de alrededor de 450.000 kilos, por debajo de los cerca de 600.000 kilos alcanzados la pasada campaña, como consecuencia del retraso de las plantaciones provocado por las lluvias de primavera.

El presidente de la Comunidad de Regantes de Carrizales, Fernando Antón, explicó que, pese al descenso productivo, la



El Melón de Carrizales, de la variedad Piel de Sapo, constituye uno de los productos agrícolas más representativos del Camp d'Elx. / VISIT ELCHE

superficie cultivada se mantiene en torno a las 40 hectáreas y la calidad del melón volverá a ser uno de sus principales atributos.

En este sentido, recordó que las condiciones del suelo de Carrizales, con una elevada concentración de sales, junto al sistema

tradicional de riego, confieren al melón una textura firme y un sabor dulce que lo diferencian dentro de la variedad Piel de Sapo.

Antón reconoció que la meteorología continúa siendo uno de los principales factores que condicionan la planificación de cada campaña, especialmente en un cultivo tan ligado a las fechas de plantación.

En el ámbito comercial, alrededor del 90% de la producción se destinará al mercado de la provincia de Alicante, con especial presencia en municipios costeros como Torrevieja, donde este producto de proximidad mantiene una elevada demanda.

Durante la inauguración de la campaña, el alcalde de Elche, Pablo Ruz, destacó la necesidad de seguir apoyando los cultivos tradicionales del Camp d'Elx y puso en valor el trabajo del sector para mantener producciones emblemáticas como el Melón de Carrizales, la Granada Mollar y el Dátil de Elche en un contexto de escasez hídrica.



La producción se ha situado en aproximadamente 664.000 toneladas de sandía y 120.000 toneladas de melón. / COAG ALMERÍA

Proexport une a 10 productores de melón y sandía del entorno del Mar Menor en la biolucha contra plagas

La asociación murciana implanta una Bio-red de monitorización y predicción de plagas única en Europa por su tecnología y sostenibilidad

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El cultivo de melón y sandía en Campo de Cartagena llega este año con un plus de sostenibilidad e innovación en sus prácticas agrarias. La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) ha unido a 10 grandes empresas de la zona en un proyecto para mejorar la eficiencia y reducir el uso de los tratamientos fitosanitarios y favorecer la biodiversidad de las zonas de cultivo. Juntas han puesto en marcha una Bio-red de monitorización y predicción de plagas pionera en Europa por su avanzada tecnología, la extensión de su implantación y la operativa conjunta de análisis y monitorización.

Actualmente, esta red da cobertura a un total de 4.000 hectáreas en producción en la comarca del Campo de Cartagena (Región de Murcia), de las cuales cerca de 500 hectáreas se dedican específicamente a cultivos de melón y sandía, a las que se está haciendo seguimiento desde su plantación en primavera a su recolección en verano.

Elena Martínez Rubio, responsable técnica del proyecto en Proexport, señala que “esta Bio-Red está mejorando el seguimiento y la predicción de plagas gracias al análisis diario de datos con inteligencia artificial, optimizando la precisión y la eficacia de los tratamientos fitosanitarios. Ello contribuye a incrementar la biodiversidad de las parcelas, reducir los desplazamientos a las fincas y las emisiones asociadas de CO₂, y permite al agricultor reducir sus costes de producción”.

■ ¿CÓMO FUNCIONA BIO-RED?

Proexport ha desplegado estratégicamente más de 170 dispositivos de captura masiva de insectos nocivos para las plantas, de la prestigiosa firma eslovena Trapview. Estos equipos se instalan simulando una red o malla que se extiende en Campo de Cartagena por distintas fincas pertenecientes a agricultores y empresas agrarias colaboradoras del proyecto.

Las orugas son plagas muy destructivas que se alimentan de hojas, tallos y frutos, causando graves daños a los cultivos de melón y sandía. Los dispositivos de captura utilizados en el proyecto permiten su detección temprana, pues incorporan placas adhesivas con feromonas que atraen a tres especies de orugas que afectan a estos cultivos (*Helicoverpa armigera*, *Spodoptera littoralis* y *Spodoptera exigua*) y están automatizados con visores y tecnología de Inteligencia Artificial, que permiten fotografiar e identificar en tiempo real la especie capturada y su estado de desarrollo.

■ EL DATO EN CAMPO

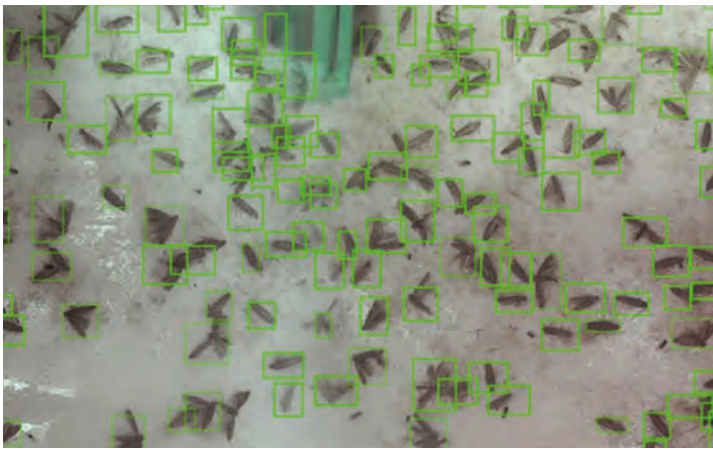
Un avanzado sistema de análisis de datos recibe esta información



Proexport ha desplegado estratégicamente más de 170 dispositivos de captura masiva de insectos nocivos. / PROEXPORT

desde el campo, por conexión inalámbrica a internet. El sistema se conecta con otras bases de datos de información científica, agronómica y climatológica y elabora diariamente un pronóstico preciso de la evolución de la plaga, bajo supervisión del equipo técnico de Proexport.

Esta información está disponible de forma ordenada y muy gráfica para todos los participantes en el proyecto. Está siendo muy utilizada por sus agrónomos y técnicos de campo y de calidad para tomar decisiones antes de que los problemas de plagas aumenten: pueden así



El dispositivo detecta con gran precisión el tipo de plaga y número de capturas. / PE

Los dispositivos de captura utilizados permiten la detección temprana de las orugas, plagas muy destructivas que causan graves daños en el cultivo

reducir y dirigir mejor los tratamientos fitosanitarios y proteger sus cultivos de manera eficaz y sostenible, proteger la biodiversidad en la zona de cultivo y, a la vez, reducir la huella de carbono, pues el personal técnico ya no tiene que desplazarse a las fincas a diario para comprobar el estado de la plaga.

■ ¿QUIÉNES PARTICIPAN EN LA BIO-RED?

La creación de esta Bio-red es fruto de la estrecha colaboración entre la Asociación de productores murciana Proexport y diez empresas y cooperativas líderes en el cultivo de melón y sandía en Campo de Cartagena: Agromark, Bonduelle, Cota 120, Florette, Fruca Marketing, G's España, Gregal, JimboFresh, La Huerta de San Isidro y Behr Iberia.

“Las empresas participantes demuestran una apuesta por la innovación para avanzar hacia una agricultura más sostenible”, explican desde Proexport.

Esta acción forma parte de la iniciativa NEWAGROMARMENOR (“Prácticas Agrarias Innovadoras para contribuir a la mejora ambiental y de la biodiversidad en el entorno del Mar Menor”), promovido la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y Proexport para impulsar una agricultura más sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del MITERD, dentro de su convocatoria para la restauración y mejora ambiental en el ámbito agrícola, con el objetivo de contribuir a la recuperación de la funcionalidad ecológica del Mar Menor.

 **ORBEM**

Revela
la calidad interior
de cada fruta.
Sin abrirla.

Visita orbem.ai



Agrocultivos

La clorosis nervial centra las preocupaciones fitosanitarias del sector citrícola español

Murcia y la Comunitat Valenciana analizan el avance de la enfermedad

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El virus de la clorosis nervial amarilla, o CYVCV, una enfermedad emergente que afecta principalmente a limoneros y naranjos amargos preocupa especialmente al sector citrícola en esta campaña. En un encuentro entre el consejero de Agricultura, Joaquín Buendía, y citricultores murcianos se presentaron los datos de las prospecciones que ha realizado el servicio de sanidad vegetal de la Región de Murcia. En total, se han analizado 787 y se han localizado 73 positivos que corresponden al 9,27% del total. Los municipios de Murcia, con 18 positivos, y Mula, con 16, concentran el mayor número de casos detectados entre las 1.280 hectáreas prospectadas.

“Gracias al trabajo realizado hoy sabemos mucho más que cuando se detectaron los primeros casos en la Región. Con los datos totales confirmamos que los viveros de la Región están libres de este virus. Y también que no hemos localizado plantas adultas afectadas”, destacó Buendía.

El consejero también informó de que se ha trasladado al laboratorio de bioseguridad del Imida uno de los positivos localizados y se han comenzado a realizar ensayos para conocer a fondo el comportamiento de este virus realizando una batería de pruebas. “El objetivo prioritario de todas las investigaciones iniciadas por el Imida es conocer a fondo el comportamiento de este virus para poder anticiparnos a sus efectos



La Región de Murcia ha analizado 787 prospecciones y se han localizado 73 positivos que corresponden al 9,27% del total. / ARCHIVO

y proteger el futuro de nuestra citricultura”, afirmó.

Joaquín Buendía indicó que ya se está estudiando cómo se propaga a través de las raíces bajo el suelo, qué insectos de nuestros campos pueden actuar como transmisores, e incluso estamos investigando qué variedades de cítricos presentan una resistencia genética natural, entre otras pruebas.

“Al tratarse de un virus que no tiene tratamiento curativo, insistimos a los agricultores y viveros en la absoluta necesidad de extremar la higiene: desinfectar de forma estricta las herramientas de poda entre árboles y controlar las malas hierbas de las parcelas que sabemos que actúan como reservorio del virus”, concluyó el consejero.

■ IVIA

Entretanto, en la Comunidad Valenciana, el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) participaba en una jornada técnica sobre la clorosis nervial amarilla de los cítricos celebrada en Elche, en la que compartió con agricultores, viveristas, técnicos, investigadores y responsables de la Administración los conocimientos científicos más recientes sobre este virus emergente, su situación actual en España, las estrategias de diagnóstico, las vías de dispersión y las medidas adoptadas para proteger la citricultura.

El investigador del IVIA Antonio Olmos presentó los avances científicos más recientes sobre la biología del virus, su diagnóstico y la situación epidemiológica en

España, destacando la importancia de una detección temprana y de la aplicación de metodologías de diagnóstico validadas para apoyar la toma de decisiones fitosanitarias.

■ ESTRATEGIA NACIONAL

El consejero murciano trasladó su “preocupación por la falta de coordinación del Gobierno de España en una enfermedad vegetal localizada en cuatro comunidades”. El Gobierno regional reivindica una estrategia nacional en la lucha contra la clorosis nervial amarilla: “El Gobierno de España tiene que asumir sus responsabilidades y coordinar una respuesta conjunta contra el virus de la clorosis nervial amarilla. La respuesta tiene que ser conjunta, no puede dejarnos solos a las comunidades ante esta situación”, afirmó.

También en la jornada del IVIA se recalcó la necesidad de reforzar la colaboración entre la investigación, las administraciones públicas y los profesionales de la citricultura para afrontar con éxito los desafíos fitosanitarios actuales.

■ MEDIDAS Y AYUDAS

En este contexto, algunas organizaciones agrarias han empezado a pedir que se tomen medidas. UPA-Murcia pide el arranque de cítricos afectados por la clorosis y reclama ayudas para compensar a los agricultores tras detectarse 73 positivos en parcelas repartidas entre 16 municipios de la Región. La organización solicita el arranque

inmediato de las plantaciones afectadas y la puesta en marcha de ayudas económicas que compensen a los agricultores por las consecuencias derivadas de esta enfermedad.

UPA Murcia considera que las actuaciones desarrolladas hasta el momento resultan insuficientes y reclama indemnizaciones por la eliminación de los árboles afectados, ayudas para la replantación y compensaciones por la pérdida de renta de los productores. Asimismo, advierte de que la falta de un plan económico específico genera incertidumbre entre los agricultores y puede dificultar el control de la enfermedad.

Por ello, insta a actuar con rapidez y de forma coordinada entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la Comunidad Autónoma y el resto de regiones afectadas.

Asaja Alicante, por su parte, alertaba hace un mes de la expansión del virus de la clorosis nervial amarilla en la provincia tras confirmarse los primeros positivos en naranjos, después de que hasta ahora la afección se hubiera detectado principalmente en limoneros. La organización advertía de que la situación podría elevar la cifra de árboles afectados hasta los 700.000 ejemplares entre ambas especies.

Se procedió a la destrucción de árboles en zonas del Camp d'Elx y en municipios de la Vega Baja como Torremendo, La Murada y Algorfa. Asaja denunciaba que, por ahora, los costes del arranque estaban recayendo sobre los propios agricultores, a la espera de que la Conselleria de Agricultura habilite ayudas que compensen las pérdidas y la inversión realizada.

José Vicente Andreu, afirmaba en estas páginas que “dentro de la gravedad de la situación también existen motivos para la esperanza. El nivel de afección está siendo menor del inicialmente temido y, sobre todo, la respuesta del Servicio de Sanidad Vegetal de la Conselleria de Agricultura ha sido rápida y ejemplar”.

La contratación del seguro de cítricos entra en su recta final

Las indemnizaciones alcanzaron los 71 millones de euros en 2025, con el pedrisco como principal causa de los siniestros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores de cítricos tienen hasta el próximo 31 de julio para contratar el seguro agrario que protege sus explotaciones frente a riesgos como el pedrisco, la helada, el viento, la inundación, el incendio o los daños provocados por la fauna silvestre.

Agroseguro recuerda la proximidad del cierre del periodo de contratación en un contexto de creciente inestabilidad meteorológica y tras una campaña en la

que el pedrisco ha vuelto a ser el principal causante de los daños en las explotaciones.

Durante la campaña 2025, última cerrada, las indemnizaciones abonadas por siniestros en cítricos alcanzaron los 71 millones de euros, de los que más de 50 millones correspondieron a daños por pedrisco. La inundación supuso otros 8,1 millones de euros y el viento, 4,32 millones, consolidándose como los riesgos climáticos con mayor

impacto económico sobre estas producciones.

La Comunidad Valenciana fue, un año más, la zona más afectada, con 45,2 millones de euros en indemnizaciones, seguida por la Región de Murcia, con 14,12 millones, y Andalucía, con 10,25 millones.

La elevada siniestralidad no es un hecho aislado. En los últimos cinco años, las producciones de naranja, mandarina, limón, lima y pomelo han



Cítricos afectados por pedrisco. / VF

acumulado indemnizaciones cercanas a los 343 millones de euros. En ese periodo, el pedrisco ha concentrado cerca del 58%

de los daños registrados, mientras que la helada y el viento han representado el 20% y el 19%, respectivamente.

Pese al incremento de los fenómenos meteorológicos extremos, la contratación del seguro de cítricos se mantiene estable. En la pasada campaña se aseguraron cerca de tres millones de toneladas de producción, con un capital protegido superior a los 1.100 millones de euros, y las cifras de contratación del plan 2026 evolucionan en niveles similares a las del ejercicio anterior.

Agroseguro insiste en que el aumento de los episodios meteorológicos adversos refuerza la importancia del seguro agrario como herramienta para garantizar la viabilidad económica de las explotaciones y afrontar las pérdidas derivadas de los fenómenos climáticos extremos.

JORDI ESCRIVÀ / Presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp

“La experiencia y la adaptación a las nuevas tecnologías hacen que el Mercat del Camp sea un mercado vivo”

► **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.** Con estas palabras Jordi Escrivà, presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona y gerente de Fruits Cambrils, pone en valor la profesionalidad y oficio de los diferentes profesionales mayoristas de este mercado mayorista. La reclamación de implicación del Ayuntamiento de Reus para alargar las concesiones administrativas, el desarrollo de las ventas en los meses de verano y los hábitos de los compradores habituales son otros temas que comenta Escrivà durante la entrevista.

Valencia Fruits. *Por cronología y como voz autorizada como presidente de la asociación de mayorista de Mercat del Camp, ¿un resumen del pasado 2025?*

Jordi Escrivà. El año 2025 muestra la tendencia de los últimos años con un estancamiento en las ventas motivado en parte por el incremento de oferta de las grandes superficies y, al mismo tiempo, por una mayor presión de sanidad que nos obliga a una mayor inversión en la modernización y actualización de las instalaciones.

VF. *Si normalmente la época estival favorece la venta en el Mercat del Camp por su área de influencia. Este año con las altas temperaturas, ¿han notado un mayor incremento de volumen de venta?*

JE. Hasta el momento el volumen de venta es similar al año anterior en las mismas fechas. Las altas temperaturas no han influido en un aumento de venta.

VF. *¿Y el resto del año?*

JE. Después de los meses de verano bajan las ventas. Los resultados dependen cómo fluctúan los precios, si hay abundancia o escasez de productos... En definitiva, cada año tiene su historia.

VF. *¿Qué perfil de compradores acuden a este mercado para abastecerse? En la época de verano, ¿se incrementa el número de compradores o son los mismos con compras más grandes?*

JE. Normalmente son los mismos compradores que acuden al Mercat del Camp aunque con mayor volumen de compra debido al incremento de la población en la época estival en las zonas turísticas del radio de influencia de este mercado.

Remarcar que el Mercat del Camp es el segundo mercado de Cataluña en volumen de ventas detrás de Mercabarna y que disfruta de una privilegiada situación geográfica, acaparando toda la Costa Dorada, y logística al lado del aeropuerto de Reus y del puerto de Tarragona.

VF. *Para un operador que no conozca este mercado mayorista, ¿cómo le definiría el Mercat del Camp?*

JE. Nuestro mercado se basa en la venta al mayor y distribución de frutas y hortalizas en las a hostelería, restauración, hoteles y colectividades que se incrementa en la época estival.

VF. *¿Cuál es la base del éxito para que todas las paradas del Mercat del Camp estén abiertas? ¿Qué papel juega el profesional mayorista?*

JE. La experiencia y la adaptación a las nuevas tecnologías hacen que el Mercat del Camp sea un mercado vivo y que puedan funcionar todas las paradas con distintos modelos de venta. Siempre intentamos mejorar y seguir avanzando de cara a ser competitivos y satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Aquí el cliente puede encontrar todo tipo de productos y calidades de frutas y hortalizas que pueden satisfacer sus expectativas.

VF. *¿En qué punto se encuentran la modernización de las instalaciones y la ampliación de las concesiones de las paradas de este mercado?*



Jordi Escrivà. / ARCHIVO

JE. La ampliación de la concesión se encuentra estancada, en punto muerto, debido a la falta de implicación de la administración, en este caso el Ayuntamiento de Reus, que provoca que las

mejoras en este mercado se encuentren pendientes de realizar.

VF. *En clave Fruites Cambrils, ¿novedades, objetivos y qué esperan de los meses de verano?*

JE. Seguimos la línea de los últimos años con el objetivo principal de dar el mejor servicio posible y los mejores precios con una gama de fruta y hortaliza de excelente calidad. La colaboración de nuestros propios agricultores y otras empresas y, sobre todo, el apoyo fundamental de nuestro equipo humano es básico para alcanzar nuestro objetivo.

Recordar que Fruites Cambrils es una empresa familiar que contamos con la incorporación de nuevas generaciones asegurando continuidad y futuro, y siendo conocedores que estamos en un sector competitivo y complicado.



NOU MERCAT DEL CAMP
UNITAT AGROALIMENTÀRIA REUS

Asociación de Mayoristas Frutas y Verduras

NOMBRE	TELÉFONO	FAX	E-MAIL	PUESTO
HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	977 54 83 60	977 54 57 28	jsanchez@grupofernandez.es	1-2-3-23-24
FRUITES CAMBRILS, S.A.	977 54 81 08	977 54 81 42	info@fruitescambrils.cat	4-5-25
HNOS. L. SÁNCHEZ VILASECA, S.L.	977 54 63 21 / 81 07	977 54 8107	mariana@lopezsanchezvilaseca.com	6-7-8-21-22 37-38-43-44
RECIO FRUITS, S.L.	977 54 52 65	977 54 54 78	reciofruits@yahoo.es	10-11-31-32-33
AGRÍCOLA CHAVALERA, S.L.	667 73 18 83		agricolachavalera@gmail.com	12
FRUTAS VERDES TORREFORTA, S.L.	977 54 50 97	977 54 50 97	fujifruitas@outlook.es	13
ESPES FRUITS, S.L.	629 21 32 71		info.espesfruits@gmail.com	14-15
GHALMI FRUITS, S.L.	635 57 56 76		ghalmifruits@gmail.com	16
FRUITES CABRÉ, S.A.	977 54 85 33 / 89 42	977 54 72 93	fruitescabre@fruitescabre.es	17-39-40-41-42
FRUITES MARTORELL	630 91 68 30	977 55 26 16	fruitesmartorell@gmail.com	18
AURELIAN DIMITRU	667 825 066		distribucionjuly@yahoo.es	19
J. SALVADO, S.A.	977 54 87 21	977 54 87 21	j.salvado.reus@gmail.com	20
FRUITES CIVIT, S.L.	977 54 89 41	977 54 32 72	administracion@fruitescivit.cat	26-27-28-29-30
SERHS FRUITS	977 54 81 60	977 54 59 89	sfruits.reus@grupserhs.com	34-35-36

Carretera Canonja, nº 1 • 43204 REUS (TARRAGONA)

PORTUGAL

Información elaborada por
Nerea Rodríguez



Portugal cultiva un nuevo modelo hortofrutícola

Récord de exportaciones, mayor valor añadido, nuevos hábitos de consumo y una creciente presión sobre la rentabilidad dibujan el nuevo escenario hortícola

Récord de exportaciones, una producción hortofrutícola próxima a los 5.000 millones de euros, nuevos mercados internacionales y consumidores cada vez más exigentes. El sector hortofrutícola portugués encara 2026

con indicadores que reflejan un momento de crecimiento, pero también de transformación. Más allá de las cifras, el país está adaptando su modelo productivo y comercial a un mercado donde la diferenciación, la sostenibilidad y el valor añadido pesan tanto como el volumen.

La internacionalización se ha convertido en el principal motor del crecimiento de la horticultura y fruticultura portuguesa. Lejos de responder a una coyuntura puntual, el buen comportamiento de las exportaciones refleja una estrategia sostenida durante los últimos años para reforzar la presencia de la oferta lusa en los mercados internacionales, diversificar destinos y aumentar el valor de sus productos.

Los últimos datos recopilados por Portugal Fresh, a partir de las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística (INE), confirman esta evolución. En 2025, las exportaciones portuguesas de frutas, hortalizas y flores alcanzaron un nuevo máximo histórico de 2.600 millones de euros, un 5% más que el año anterior.

La Unión Europea continúa siendo el principal destino comercial, al concentrar el 83,6% del valor exportado. España se mantiene como el primer mercado, con el 39% de las ventas exteriores, seguida de Francia (13%), Países Bajos (9%), Alemania (8%) y Reino Unido (6%).

Detrás de estas cifras hay una oferta cada vez más especializada. Los pequeños frutos —con la frambuesa como principal exponente— lideran las exportaciones portuguesas, junto al tomate transformado, los cítricos, los frutos de cáscara, el tomate fresco y la pera. Se trata de productos en los que Portugal ha logrado consolidar una posición competitiva gracias a la combinación de calidad, especialización e inversión en los mercados exteriores.

En este proceso ha desempeñado un papel relevante Portugal Fresh, la asociación creada para impulsar la promoción internacional de las frutas, hortalizas y flores portuguesas.

La entidad ha intensificado en los últimos años su presencia en ferias internacionales y misiones comerciales con el objetivo de abrir nuevos mercados y reducir la dependencia del espacio comunitario.

■ GENERAR VALOR

El buen comportamiento de las exportaciones encuentra respaldo en la evolución de la producción agrícola portuguesa, que continúa ganando peso económico. Según las previsiones difundidas por AICEP (Agencia para la Inversión y Comercio Exterior de Portugal), el valor de la producción de frutas y hortalizas seguirá aumentando en 2026, contribuyendo a que la producción agrícola nacional se sitúe cerca de los 5.000 millones de euros. Más allá del crecimiento cuantitativo, esta evolución pone de manifiesto un cambio en la estrategia del sector, cada vez más orientada a incrementar el valor añadido de sus producciones.

La especialización ha desempeñado un papel determinante en esta búsqueda de valor. Portugal ha reforzado su presencia en categorías de elevado valor comercial, como los pequeños frutos, la pera Rocha, los cítricos o determinadas hortalizas destinadas tanto al consumo en fresco como a la industria transformadora. Esta apuesta ha permitido diferenciar la oferta portuguesa en un mercado europeo cada vez más competitivo.

En este contexto, el reto para el sector luso ya no consiste únicamente en producir más, sino en producir mejor. La rentabilidad depende cada vez más de factores como la innovación, la eficiencia en el uso de los recursos, la sostenibilidad o la capacidad para responder a consumidores que valoran aspectos como el origen, la trazabilidad y el impacto ambiental de los alimentos.

■ UN NUEVO CONSUMIDOR, UNA NUEVA OFERTA

Estas nuevas prioridades están condicionando las decisiones de toda la cadena de valor, desde la planificación de los cultivos hasta la comercialización.

PortugalFoods identifica para 2026 una serie de tendencias que reflejan este cambio de hábitos. Entre ellas destacan el creciente interés por los alimentos de origen vegetal, la demanda de productos saludables y funcionales, la preocupación por la sostenibilidad, la búsqueda de ingredientes naturales y la necesidad de combinar calidad con una buena relación calidad-precio. Son factores que encajan especialmente bien con

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



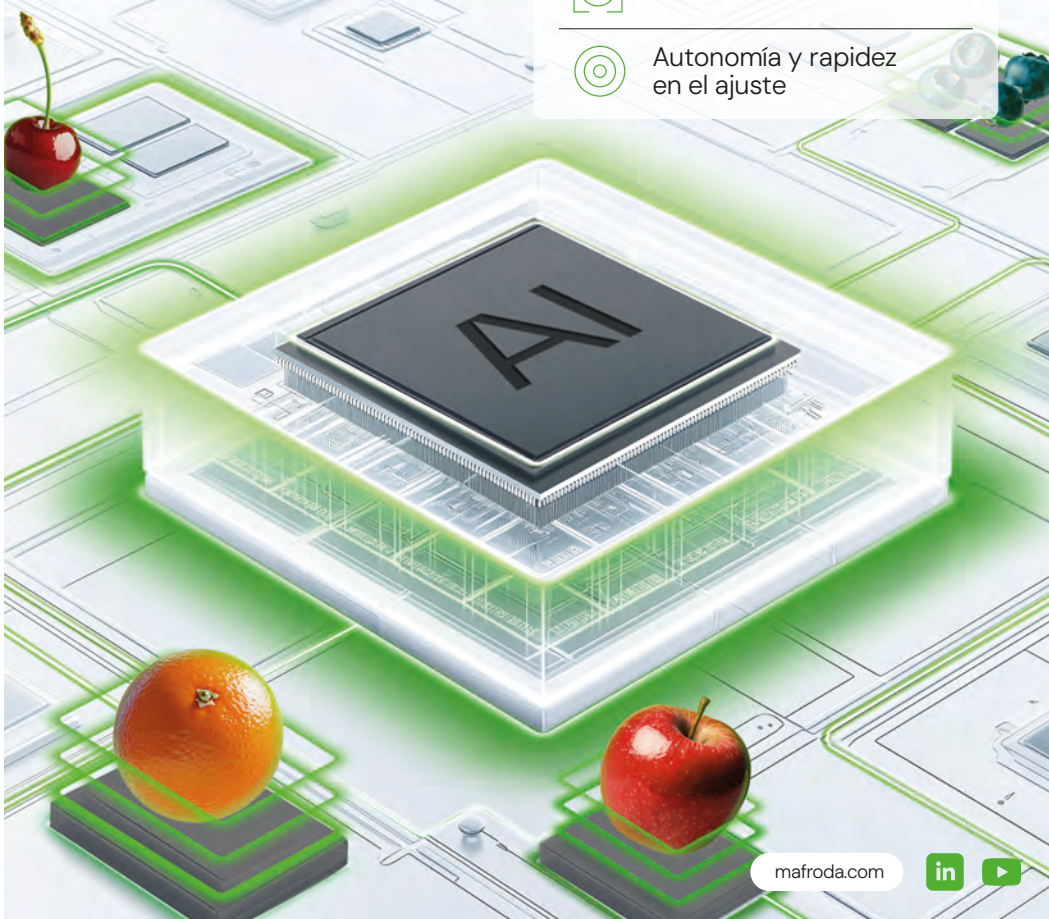
Máximo rendimiento



Precisión en la detección



Autonomía y rapidez en el ajuste



mafroda.com

in

▶

la oferta hortofrutícola, llamada a desempeñar un papel cada vez más relevante en una alimentación equilibrada y respetuosa con el medio ambiente.

Estas tendencias también explican la apuesta del sector por reforzar la diferenciación. La innovación ya no se limita al desarrollo de nuevas variedades o a la mejora de los procesos productivos. También alcanza aspectos como los formatos de presentación, la reducción del desperdicio alimentario, la trazabilidad, los envases más sostenibles o la capacidad para ofrecer productos adaptados a nuevos estilos de vida y ocasiones de consumo.

■ MÁS ALLÁ DEL PRODUCTO

Así las cosas, producir fruta de calidad ya no garantiza, por sí solo, el éxito comercial. La forma en que el producto se presenta al consumidor, la experiencia de compra y la confianza que genera la distribución han pasado a ser factores determinantes para construir su valor.

En este contexto, el reconocimiento concedido a Lidl Portugal como la empresa con la mejor experiencia de compra en la categoría de frutas y hortalizas en los premios Escolha do Consumidor 2026 ilustra la creciente importancia que adquiere la distribución dentro de la cadena de valor. Más allá del surtido o de la política de precios, los consumidores valoran aspectos como la frescura, la disponibilidad del producto, la presentación en el lineal o la facilidad para identificar su origen y calidad.

Para los productores y exportadores portugueses, esta evolución supone un nuevo desafío, pero también una oportunidad. La colaboración con la distribución resulta hoy más estrecha que nunca para adaptar la oferta a las expectativas del mercado y reforzar la competitividad de la fruta y la hortaliza portuguesa tanto en el mercado nacional como en el internacional.

■ EL REPARTO DEL VALOR

El crecimiento del sector hortofrutícola portugués también ha reabierto el debate sobre el reparto del valor a lo largo de la cadena alimentaria. En un contexto de aumento de los costes de producción y de mayor exigencia por parte de los mercados, garantizar la viabilidad económica de las explotaciones pasa por lograr un equilibrio que permita remunerar adecuadamente a todos los eslabones de la cadena, desde el productor hasta la distribución.

Esta realidad ha quedado patente tras el acuerdo alcanzado en Portugal entre las organizaciones agrarias y la distribución, que contempla la revisión de los precios de determinados productos alimentarios para reflejar el incremento de los costes de producción, según informaba Jornal Económico. El encarecimiento de la energía, la mano de obra, los fertilizantes, el transporte y otros insumos ha reducido los márgenes de los agricultores, dificultando la sostenibilidad económica de muchas explotaciones.

Sin embargo, el desafío va más allá de una simple actualización de los precios. El sector es consciente de que el consumidor continúa siendo especialmente sensible al coste de la cesta de la compra, por lo que el verdadero reto consiste en encontrar un

equilibrio entre la rentabilidad de las explotaciones y el mantenimiento de la competitividad comercial. En este escenario, la transparencia en la cadena de valor y una mayor colaboración entre productores, operadores y distribución se perfilan como elementos clave para garantizar la sostenibilidad del modelo.

■ RENTABILIDAD AMENAZADA

La evolución positiva de las exportaciones y el incremento del valor de la producción no ocultan los importantes desafíos a los que continúa enfrentándose el sector hortofrutícola portugués. Los efectos del cambio

climático, el incremento de los costes de producción y la presión sobre los márgenes amenazan con limitar la rentabilidad de unas explotaciones que, pese a su creciente competitividad, siguen siendo especialmente vulnerables a factores externos.

El temporal que afectó a diversas zonas productoras portuguesas a comienzos de año puso de manifiesto esa fragilidad. La frecuencia e intensidad de los fenómenos meteorológicos extremos se ha convertido en una de las principales preocupaciones de agricultores y exportadores, que reclaman herramientas más



Portugal ha reforzado su presencia en categorías de elevado valor comercial, como las berries. / ARCHIVO

eficaces para gestionar el riesgo climático.

A esta situación se suma el incremento de los costes de producción, especialmente en ámbitos como la energía, los insumos agrícolas, la mano de obra y la logística. Esta presión ha reabierto el debate sobre la formación de los precios a lo largo de la cadena alimentaria. El acuerdo alcanzado entre organizaciones agrarias y distribución para trasladar parte de estos incrementos al precio final refleja la dificultad de mantener la rentabilidad de las explotaciones sin comprometer su competitividad en los mercados.



Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt

Agro**distribución**

Los supermercados absorben ya 90 millones de sobrecoste en energía

El IPC de los alimentos presenta su tasa más baja desde 2025 y se sitúa en el 1,9% en junio a pesar de la crisis de Oriente Medio

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La inflación de los alimentos y bebidas no alcohólicas se moderó hasta el 1,9% en junio, tres décimas por debajo del 2,2% de mayo, para tocar su tasa interanual más baja desde principios de 2025, según los datos publicados facilitados por el Instituto Nacional de Estadística.

“La cadena agroalimentaria sigue, por tanto, haciendo un gran esfuerzo de absorción de los costes que impactan en el encarecimiento, no sólo de la producción primaria, sino también de la transformación, energía y transporte. A pesar de que la presión de la guerra de Oriente Medio sobre los carburantes podría haber remitido algo tras la tregua pactada, no es el caso de la electricidad y del gas. El paquete energético continúa ejerciendo una enorme presión

sobre la cadena: sólo la distribución alimentaria acumula ya más de 90 millones de euros desde el comienzo del conflicto”, según analizan desde Asedas, la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados.

Los supermercados están invirtiendo alrededor de 3.000 millones de euros anuales en renovación de tiendas y plataformas logísticas, que incluyen medidas de eficiencia energética que les ayuden a estar preparados para la imprevisibilidad del mercado, según el Informe de Distribución Alimentaria de Proximidad en España de Asedas. Aún así, el impacto es importante y, tras unas semanas de desescalada del conflicto de Oriente Medio preocupa ahora que se puedan dar pasos atrás en la recuperación de la normalidad y su consiguiente impacto

en la cadena. Por el momento, siguen sin darse evidencias de que se haya encarecido ningún producto alimentario como consecuencia de la crisis en Oriente Medio.

Las actuales circunstancias de incertidumbre geopolítica y los posibles “efectos de segunda ronda” en forma de incremento de intereses, de salarios, alquileres y otros hacen muy difícil prever cómo se abordará el segundo semestre del año.

A pesar de ello, “la distribución alimentaria seguirá ejerciendo de barrera de contención ante los incrementos de costes en todos los operadores de la cadena para garantizar el suministro de productos de primera necesidad a los precios más reducidos posible para los consumidores”, aseguran desde Asedas.



La distribución ejerce de barrera de contención ante los incrementos de costes. / RF

Según el informe mencionado, el consumidor tiene más de 315 cadenas de alimentación de todos los tamaños donde hacer sus compras, con una cobertura de casi el 97 por ciento en cada municipio. “Esto garantiza el acceso continuo a bienes esenciales con un gran nivel de capilaridad y equidad territorial y social.

La competencia de nuestro modelo y la variedad de opciones permite, además, al consumidor amortiguar la inflación con el llamado ‘downtrading’. Todas ellas son circunstancias que, desde el modelo español de distribución alimentaria, juegan a favor del control de los precios de la alimentación”, afirman desde la patronal.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La cooperativa Consum prevé comercializar cerca de 24.000 toneladas de melón y sandía durante la campaña de 2026, un 10% más que el año anterior, procedentes de las diferentes zonas productoras españolas. En concreto, la cooperativa pondrá a disposición de sus clientes 15.100 toneladas de sandía y 8.885 toneladas de melón, reafirmando su apuesta por el producto nacional y de proximidad.

Toda la campaña se cubre exclusivamente con producto de origen nacional, procedente de las principales zonas productoras españolas. El suministro sigue la evolución natural de las distintas áreas de cultivo. Se inicia con las cosechas de Andalucía, Región de Murcia, Comunitat Valenciana y Cataluña y finaliza con las de Castilla-La Mancha, garantizando así el abastecimiento continuado de producto, según informan desde la cooperativa.

La campaña de melón y sandía comenzó a finales de mayo con las variedades más tempranas y se prolongará previsiblemente hasta el mes de septiembre. La oferta incluye las variedades de melón Piel de Sapo y Galia, así como sandía Negra, Rayada y Fashion, seleccionadas por su calidad, sabor y aceptación entre los consumidores.

“Consum colabora con sus proveedores en la planificación y proyección de las cosechas, ajustando calendarios y desarrollos varietales para optimizar la duración de las campañas nacionales, siempre con el objetivo de garantizar la calidad del producto. Asimismo, la cooperativa

Consum comercializará 15.100 toneladas de sandía y 8.885 de melón nacional

La cooperativa prevé comercializar en 2026 un 10% más de melón y sandía de origen 100% nacional que el año anterior



La campaña se cubre exclusivamente con producto de origen nacional, procedente de las zonas productoras españolas. / CONSUM

mantiene su compromiso con una producción sostenible y respetuosa con el entorno, trabajando junto a los agricultores desde las fases iniciales de cultivo para obtener cosechas de alta calidad”, señalan.

En palabras del director de Relaciones Externas de Consum, Javier Quiles: “La campaña de melón y sandía es una de las más importantes del verano. Trabajamos junto a proveedores y agricultores de distintas zonas

productoras españolas para garantizar un suministro continuo de producto nacional, con la calidad, el sabor y la frescura que esperan nuestros clientes. Y, además, seguimos adaptando nuestra oferta a las nuevas

necesidades de consumo, con formatos pensados para todo tipo de hogares”.

■ NUEVOS FORMATOS

La evolución de los hábitos de consumo continúa impulsando una oferta cada vez más adaptada a las necesidades de los hogares. El incremento de los hogares unipersonales o de menor tamaño, junto con la búsqueda de soluciones cómodas, ha favorecido el desarrollo de formatos que facilitan el consumo de fruta fresca.

Consum trabaja en cada una de las campañas de fruta y verdura “para ofrecer soluciones completas, saludables y accesibles”. En el caso de melones y sandías, además de contar con distintas variedades y calibres, la cooperativa amplía la disponibilidad de formatos adaptados a diferentes momentos de consumo, como medias piezas, cuartos y otras presentaciones que facilitan su preparación y aprovechamiento.

Además, continúa potenciando las categorías de cuarta gama (producto fresco cortado y envasado) y quinta gama (producto listo para consumir), respondiendo a las necesidades de los distintos tipos de hogares y favoreciendo una alimentación saludable, cómoda y variada.

Esta adaptación a las preferencias de los clientes también se ajusta en función de cada tienda, teniendo en cuenta factores como su tamaño, ubicación, afluencia y tipo de compra, ya sea física u online. De esta manera, “Consum contribuye a personalizar la experiencia de compra y a ofrecer soluciones adaptadas a cada consumidor”, afirman.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,50
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	3,50
Granada	3,80
Mandarina Clementina	2,00
Satsuma	2,00
Otras	2,00
Mangos.....	2,80
Maracuyá	7,50
Melón Galia	1,35
Amarillo	2,00
Piel de Sapo	1,40
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
Importación.....	1,10
Manzana Bicolor.....	1,30
Amarilla	1,30
Verde	1,40
Roja	2,85
Otras	1,35
Melocotón Amarillo.....	2,40
Rojo Pulpa Blanca.....	2,35
Rojo Pulpa Amarilla.....	2,50
Ciruela	4,00
Uva Blanca.....	4,00
Negra	2,80
Rambután.....	18,00
Sandia Con semilla.....	1,10
Sin semilla.....	0,90
Naranja	1,30
Chirimoya.....	2,50
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,90
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.....	2,00
Calçots.....	0,14
Calabaza	0,70
Calabacín.....	0,60
Cardo	1,10

Alcachofa	2,00
Cebolla Seca	0,40
Figueras	1,20
Tierna	1,10
Pepino	0,60
Col Repollo	0,80
Bruselas	2,25
Lombarda	0,50
China	2,20
Coliflor	1,20
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,50
Larga.....	0,60
Otras.....	0,85
Endivia	1,20
Escarola.....	0,80
Espárragos Blancos	9,50
Verdes.....	4,00
Espinaca.....	0,90
Haba	1,40
Hinojo	1,05
Perejil	0,60
Judía Bobi	3,50
Perona.....	3,00
Fina.....	4,50
Otras.....	2,25
Lima	0,80
Zanahoria.....	0,90
Patata Blanca	0,80
Temprana.....	0,72
Roja	0,72
Pimiento Lamuyo	1,45
Verde	1,50
Rojo	2,60
Guisante	4,50
Puerro	1,00
Rábano	0,55
Remolacha	1,10
Tomate Maduro	0,70
Verde	1,40
Chirivía.....	1,15
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,25
Rovellón-Niscalo	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 14 al 17 de julio de 2026, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,00
Cerezas.....	3,75-4,00
Ciruelas	2,50
Limones.....	1,50
Melocotones.....	1,60
Melón Piel de Sapo	0,95
Nectarinas	1,50-1,60
Pera Ercolini.....	2,25-2,00
Sandías.....	0,70-0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,75-0,66
Berenjena	0,90-1,00
Calabacines.....	0,80
Cebolla.....	0,40
Judías Verdes Perona	2,00
Patatas Calidad.....	0,50
Pepinos.....	0,90-1,00
Pimientos Verdes.....	2,30-2,10
Tomate Maduro	0,90
Tomate Verde.....	1,75-2,00

Mercalaspalmas

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

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	7,71
Fuerte.....	6,45

Otras Variedades.....	3,45
Albaricoque Moniqui.....	2,65
Otras Variedades.....	S/C
Castaña.....	S/C
Cereza Picota	5,95
Otras Variedades.....	6,45
Chirimoya Otras Variedades	3,70
Ciruela Otras Familia Black.....	1,77
Golden Japan y Songold	1,60
Santa Rosa	S/C
Reina Claudia.....	2,25
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	4,45
Medjooul	S/C
Otras Variedades.....	S/C
Fisalis Otras Variedades.....	S/C
Fresa	9,95
Fresón Otras Variedades.....	10,00
Granada Otras Variedades	4,75
Guayaba Otras Variedades	S/C
Higo Chumbo.....	3,85
Verdal	8,45
Seco	S/C
Breva Colar	S/C
Kaki Otras Variedades	2,95
Rojo Brillante o Persimon	S/C
Kiwi Kiwigold	6,45
Pulpa Verde.....	4,75
Limón Fino o Primafiori.....	1,79
Otras Variedades.....	1,77
Verna	1,64
Mandarina Clemenlate	2,81
Ortanique.....	S/C
Clemenvilla o Nova.....	S/C
Clemenule.....	S/C
Manga Kent.....	3,95
Mango Haden.....	S/C
Tommy Atkins	3,85
Manzanas Fuji.....	2,38
Golden	2,25
Royal Gala.....	2,45
Granny Smith	2,00
Otras Variedades.....	2,45
Starking o Similares.....	2,15
Reineta.....	2,35
Melocotón Baby Gold Amarillo	2,45
Merryl y Elegant Lady.....	2,75
Otras Variedades.....	2,75
Melón Piel de Sapo	1,58
Amarillo	2,90
Galia	4,15
Otras Variedades.....	1,35
Naranja Valencia Late.....	1,15
Lane Late	1,75
Navel	1,15
Navelina.....	S/C
Otras Variedades.....	1,15
Navel Late.....	1,15
Necarina Carne Blanca.....	2,05
Carne Amarilla	1,85
Otras Variedades.....	S/C
Níspero Algeria o Argelino.....	S/C
Nuez	3,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,45
Papayón (2-3 kg/ud)	2,45
Otras Variedades.....	S/C
Paraguay Otras Variedades.....	2,05
Pera Conferencia	1,81
Ercolini / Morettini.....	2,76
Otras Variedades.....	S/C
Limonera	2,45
Agua o Blanquilla	S/C
Piña Golden Sweet.....	8,45
Africana	S/C
Pitaya Amarilla	S/C
Plátanos Canarias Primera.....	1,58
Canarias Segunda.....	1,36
Extra.....	1,72
Pomelo Rojo.....	1,45
Amarillo	1,45
Rambután	S/C
Sandía Sin Semilla.....	0,79
Con Semilla.....	0,76
Uva Sin Semilla Negra.....	S/C
Sin Semilla Blanca.....	S/C
Blanca Otras Variedades	4,18
Negra Otras Variedades	4,45
Red Globe.....	4,45

Italia o Ideal	S/C
Zapote.....	S/C
Frutas IV Gama	7,25
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Rizadas Lyon.....	2,75
Hojas Lisas Verde	S/C
Ajo Blanco.....	2,80
Morado.....	2,55
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	0,88
Otras Variedades	S/C
Berros.....	2,45
Boniato o Batata	2,35
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,91
Calabacín Blanco	0,77
Verde	2,75
Calabaza De Verano.....	1,02
De Invierno	S/C
Otras Variedades	S/C
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,58
Morada	1,25
Recas	1,15
Tierna	0,95
Chirivía.....	S/C
Col China o Pekinensis.....	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	0,99
Repollo Hojas Rizadas.....	0,55
De Bruselas	S/C
Coliflor	2,26
Endivia	2,25
Escarola Rizada o Frisée	1,05
Espárrago Verde o Triguero.....	2,40
Blanco	S/C
Espinacas	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja	2,50
Guisante	S/C
Haba Verde o Habichuela.....	6,95
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby.....	2,58
Verde Otras Variedades.....	3,86
Verde Elda.....	S/C
Laurel	S/C
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana	0,65
Maiz o Millo	1,16
Nabo.....	0,55
Pepino Largo o Tipo Holandés.....	1,75
Tipo Español	1,55
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,55
Rojo Lamuyo	1,91
Verde Italiano.....	3,08
Verde Padrón	2,64
Otras Variedades	1,71
Rojo California	S/C
Verde Cristal	S/C
Ñoras secas.....	S/C
Puerro	1,71
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry.....	3,45
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,18
Liso Rojo Canario	1,25
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,95
En Rama	S/C
Jengibre	3,05
Ñame.....	5,05
Ocra o Quimbombó	S/C
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
V Gama.....	S/C
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades Granel	0,95
Blanca Spunta Granel	1,55
Papa Otras Variedades Granel	0,95
Roja Otras Variedades Granel.....	0,95

Mercamadrid

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,10
Cerezas.....	2,59
Ciruelas	2,21
Limones.....	1,30
Melocotones.....	2,00
Melón Piel de Sapo	1,42
Nectarinas	1,77
Pera	
Ercolini.....	2,73
Sandías.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,81
Berenjena	1,53
Calabacines.....	0,87
Cebolla.....	0,49
Judías Verdes Perona	3,39
Patatas Calidad.....	0,46
Pepinos.....	0,74
Pimientos Verdes.....	2,26
Tomate Verde.....	1,41

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 6 de junio de 2026, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,00
Hass	1,70
Otras Variedades.....	1,50
Albaricoque Otras Variedades	2,00
Cereza Otras Variedades	1,50
Picota.....	3,00
Chirimoya Otras Variedades	S/C
Ciruela Otras Familia Black.....	1,70
Malleras	S/C
Reina Claudia.....	S/C
Santa Rosa.....	S/C
Golden Japan y Songold	1,80
Coco en Seco	0,90
Datil Deglet Nour	3,50
Medjooul	8,00
Otras Variedades	3,25
Fisalis Otras Variedades.....	6,00
Fresón Otras Variedades.....	8,00
Granada Mollar.....	S/C
Grosella Roja	S/C
Guayaba o Cas.....	4,00
Otras Variedades	3,00
Breva Colar	10,00
Higo Chumbo.....	S/C
Seco	S/C
Otras Variedades	S/C
Kaki Rojo Brillante o Persimón	S/C
Otras Variedades	S/C
Kiwi Pulpa Verde	4,20
Otras Dulce	5,00
Otras Variedades	S/C
Lima Mejicana.....	2,00
Otras Variedades	2,50
Limón Fino o Primafiori.....	S/C
Verna	1,50
Rodrejo	1,20
Litchi	S/C
Mandarina Hernandina.....	S/C
Otras Variedades	1,80
Ortanique.....	S/C
Mango Haden.....	2,00
Tommy Atkins	2,50
Otras Variedades	2,10
Manzana Golden	1,20
Starking o Similares.....	1,20
Granny Smith	1,50
Royal Gala.....	1,40
Fuji	1,50
Pink Lady	2,00
Verde Doncella.....	2,50
Reineta.....	1,90
Melocotón Fresquilla o Pavía.....	S/C

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 28, del 6 al 12 de julio de 2026, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol, cotización más frecuente)		
LIMÓN		
Limón Fino	S/C	Alicante
Limón Verna Redrojo	0,35-0,40	Alicante
Limón Fino Redrojo	0,25-0,35	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Cereza Starking	S/C	Alicante
Ciruela Tipo Black	0,50-0,90	Valencia
Higo Breva	S/C	Valencia
Melocotón Carne Amarilla	1,20-1,17	Alicante
Melón Piel de Sapo	0,31-0,41	Alicante
Sandía Sin Pepitas	0,19-0,44	Alicante
Sin Pepitas	0,30-0,53	Castellón
Sin Pepitas	0,35-0,40	Valencia
Con Pepitas	0,23-0,25	Alicante
Con Pepitas	0,25-0,40	Castellón
Con Pepitas	0,22-0,26	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Apio Verde	0,26-0,55	Alicante
Berenjena Negra	0,85-1,06	Castellón
Negra	0,70-0,79	Valencia
Rayada	0,30-0,54	Alicante
Rayada	0,85-1,06	Castellón

Rayada	0,70-1,10	Valencia
Boniato Rojo	S/C	Alicante
Calabacín	0,31-0,60	Alicante
Calabacín	0,55-0,60	Castellón
Calabacín	0,53-0,62	Valencia
Blanco	0,68	Castellón
Calabaza Redonda	S/C	Castellón
Tipo Cacahuete	0,42-0,45	Alicante
Tipo Cacahuete	S/C	Castellón
Cebolla Spring	S/C	Castellón
Spring	S/C	Valencia
Tierna	0,68-0,76	Castellón
Col Lombarda	S/C	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,40	Castellón
Repollo Hoja Lisa	S/C	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,35-0,70	Castellón
Judía Blanca	4,25-5,10	Castellón
Roja	3,40-4,25	Castellón
Roja	3,08-3,52	Valencia
Verde Boby	1,83-2,58	Alicante
Verde Perona	2,98-5,10	Castellón
Guisantes		
Verdes Grano	S/C	Alicante
Haba Muchamiel	S/C	Castellón
Lechuga Romana	0,20-0,39	Castellón

Maravilla	0,35-0,55	Castellón
Trocadero	0,44-0,69	Castellón
Patata		
Blanca	0,45-0,55	Castellón
Blanca	0,16-0,35	Valencia
Roja	S/C	Alicante
Pepino Blanco	0,52-0,67	Alicante
Blanco	0,64-0,85	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,40-0,96	Alicante
California Rojo	0,50-1,00	Alicante
California Verde	0,30-0,96	Alicante
Lamuyo Rojo	0,50-2,10	Alicante
Industria	S/C	Alicante
Lamuyo Verde	0,21-0,94	Alicante
Lamuyo Verde	1,06-1,23	Valencia
Dulce Italia	0,49-0,95	Alicante
Dulce Italia	0,60-2,12	Castellón
Dulce Italia	1,06-1,23	Valencia
Tomate Acostillado	0,54-1,53	Alicante
Raff	0,68	Castellón
Cherry	S/C	Castellón
Daniela	0,40-1,20	Alicante
Redondo Liso	0,46-1,08	Alicante
Redondo Liso	0,55-1,05	Castellón
Redondo Liso	0,65-1,23	Valencia

Valenciano	1,30-1,90	Castellón
Valenciano	1,06-1,54	Valencia
Pera	0,47-1,29	Alicante
Pera	0,43-0,90	Castellón
Pera	0,50-0,79	Valencia
Zanahoria	0,29	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	S/C	Alicante
Comuna	S/C	Castellón
Largueta	S/C	Alicante
Marcona	S/C	Alicante
Marcona	S/C	Castellón
Plantea	S/C	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	3,00-3,05	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	3,35-3,40	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,65-3,70	Castellón
Garrofa Entera	S/C	Castellón
MIEL		
De Azahar	4,30-4,60	Castellón
De Romero	4,20-4,50	Castellón

Tirrenia Amarillo.....	1,80
Otras Variedades	1,90
Royal Glory.....	S/C
Catherine	1,70
Melón Piel de Sapo	0,90
Galia	1,50
Amarillo	0,60
Membrillo Común	S/C
Naranja Valencia Late.....	0,75
Navel	S/C
Navel Late	0,85
Lane Late	0,80
Otras Variedades	0,80
Nectarina Otras Variedades.....	1,25
Níspero Otras Variedades.....	S/C
Nuez Nacional.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	1,60
Paraguay Otras Variedades.....	1,50
Pera Ercolini / Morettini.....	1,40
Conferencia.....	1,50
Agua o Blanquilla	1,80
Limonera	S/C
Magallón	3,80
Piña Golden Sweet.....	1,00
Pitaya Amarilla	S/C
Plátano de Canarias Extra.....	1,50
De Canarias 1	1,40
De Canarias 2	1,30
Otras Variedades	S/C
Americano o Banana	0,85
Macho	1,60
Pomelo Rojo.....	1,60
Otras Variedades	S/C
Rambután	8,00
Sandia Sin Semilla.....	0,40
Con Semilla.....	0,50
Otras Variedades	S/C
Uva Sin Semilla Negra.....	1,90
Sin Semilla Blanca.....	2,00
Napoleón	S/C
Cardinal	S/C
Tamarindo	4,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas Verde.....	0,80
Ajo Blanco.....	3,00
Tierno o Ajete.....	4,50
Morado	3,20
Otras Variedades	2,80
Alcachofa Blanca de Tudela.....	2,50
Otras Variedades	2,00
Apio Verde	0,80
Berenjena Morada	1,10
Otras Variedades	0,80
Boniato o Batata	1,50
Brocolo o Brocoli o Brocol	1,85
Calabacín Verde	1,20
Blanco.....	1,50
Otras Variedades	S/C
Calabaza de Verano	0,80
De Invierno	S/C
Otras Variedades	1,00
Cardo	S/C
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,60
Babosa.....	0,50
Morada	0,80
Recas y Similares.....	1,50
Blanca Dulce de Ebro.....	1,30
Francesa o Echalote	1,30
Otras Variedades	S/C
Tierna	0,70
Calçots.....	S/C

Chirivía.....	1,20
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	0,75
De Bruselas	S/C
De Hojas Lisas.....	S/C
Coliflor	1,25
Endivia	2,80
Escarola Rizada o Frisée	1,30
Lisa	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,10
Otras Variedades	S/C
Espinaca.....	1,20
Guindilla Verde.....	2,50
Roja	2,00
Guisante	S/C
Haba Verde o Habichuela.....	S/C
Judía Verde Fina	9,00
Verde Boby	3,50
Verde Perona	4,50
Verde Elda.....	S/C
Laurel.....	1,00
Lechuga Romana	1,20
Iceberg.....	0,70
Cogollo	0,80
Hoja de Roble	0,80
Lollo Rosso	1,20
Otras Variedades	0,95
Maíz o Millo.....	1,50
Nabo	1,30
Pepino Corto o tipo Español.....	1,20
Perejil	0,80
Pimiento Verde Italiano	0,90
Rojo Lamuyo.....	1,10
Amarillo Tipo California.....	1,30
Verde Cristal	1,20
Rojo California	1,80
Verde Padrón	2,90
Ñoras Secas	18,00
Rojo Toledo	S/C
Puerro	0,80
Rábano y Rabanilla	1,50
Remolacha Común o Roja	0,80
Seta Champiñón	2,30
Girgola o Chopo	4,00
Shii-Take.....	4,50
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta.....	0,60
Liso Rojo Rama	0,90
Liso Rojo Pera	0,65
Cherry	2,25
Liso Verde Rambo	0,70
Liso Rojo Tipo Canarias.....	0,65
Asurcado Verde Raf.....	3,50
Liso Verde Mazarrón	0,80
Kumato	2,00
Otras Variedades	0,80
Muchamiel	S/C
Zanahoria en Rama.....	1,40
Nantesa	0,90
Otras Variedades	S/C
Jengibre	3,50
Ñame o Yame	1,70
Ocra 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.....	0,55
Blanca Liseta Confecç	0,55
Nuevas	0,60
Blanca Spunta Confecç	0,55

Blanca Agria Granel	0,60
Blanca Agria Confeccc	0,55
Roja Otras Variedades Granel.....	0,55
Roja Otras Variedades Confeccc	0,65
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 2 de julio de 2026. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidior, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.	
ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	6,13
Largueta.....	5,50
Comuna.....	5,04
Ferragnes	5,28
Garrigues	5,28
Guara.....	5,16
Ramillete.....	5,28
Comuna Ecológica	7,48

Mercavalència

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	1,00
Cerezas.....	4,00-2,00
Ciruelas.....	S/C
Limones.....	S/C
Melocotones.....	1,50-1,30
Melón Piel de Sapo.....	1,00-0,90
Nectarinas.....	1,50
Nísperos.....	3,50
Sandías.....	0,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,90-0,70
Berenjenas.....	1,40-1,20
Calabacines.....	1,20-0,90
Cebolla.....	0,40-0,45
Judías Verdes Perona.....	3,00-2,75
Patatas Calidad.....	0,70-0,60
Pimientos Verdes.....	2,00-1,90
Tomate Maduro.....	0,50
Tomate Verde.....	1,25-1,10

Mercofraga

Precios diarios del Mercado de fruta de Mercofraga. Información facilitada por el Ayuntamiento de Fraga. Precios del 15 de julio de 2026.

FRUTA	Euros/Kg
Albaricoque Madrigal.....	1,50
Lady Sol	S/C
Nelson	S/C
Black Amer.....	S/C
Ciruela Francesa.....	1,50
Black Gold	1,10
Fortuna	1,30
Melocotón Sweet Dream	1,20
Baby Gold	1,40
Yuste.....	1,40
Blanco.....	1,30
Mountain Gold	1,20
Caterine	1,35
Romea	1,25
Nectarina Extreme Moon	S/C
Nectareine	1,10
Netix 31	1,10

Calicoba.....	1,00
Amarilla.....	1,30
Roja.....	1,20
Higo.....	S/C
Pera Magallón.....	S/C

Junta de Extremadura

Observatorio de Precios y Cadena de Valor
del Sector Agroalimentario de la Comuni-
dad Autónoma de Extremadura. Informa-
ción actualizada acerca del mercado de
productos agroalimentarios. Precios del 6 al
12 de julio de 2026.

FRUTA	Euros/Kg
BADAJÓZ	
Albaricoque.....	1,02
Melocotón Todas Variedades.....	0,75
Nectarina.....	0,58
Cereza Todas Variedades.....	S/C
Ciruela Todas Variedades.....	0,76
Platerina.....	0,83
Paraguay.....	0,82
Patata.....	S/C
Pera.....	0,89
CÁCERES	
Albaricoque.....	1,02
Melocotón Todas Variedades.....	0,75
Nectarina.....	0,58
Cereza Todas Variedades.....	1,25
Ciruela Todas Variedades.....	0,76
Platerina.....	0,83
Paraguay.....	0,82
Patata.....	2,33
Pera.....	0,89

Pizarra Precios Almeria

Información de la Pizarra de Precios de Almería, del 107 de julio de 2026. Información facilitada por Asaja Almería.

FRUTAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Pimiento California Verde.....	S/C
California Rojo	S/C
California Amarillo	S/C
Lamuyo Verde	1,18
Lamuyo Rojo	1,86
Italiano Verde	0,86
Tomate Suelto.....	0,61
Rama	0,61
Pera.....	0,63
Berenjena Larga.....	0,55
Calabacín Fino	0,51
Pepino Almería	1,01

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 28, del 6 al 12 de julio de 2026, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga.....	0,42
Calabacín.....	0,42
Berenjena.....	0,55
Judía Verde Plana.....	S/C
Puerro.....	0,74
Tomate.....	0,41
El Llobregat	
Acelga.....	0,70
Calabacín.....	0,60

Alcachofa.....	S/C
Cebolla Tierna	0,60
Pepinos	0,80
Col	S/C
Coliflor	S/C
Lechuga Romana.....	0,80
Escarola	S/C
Espinaca.....	0,80
Habas.....	S/C
Puerro	1,00

El Maresme

Acelga.....	0,80
Calabacín.....	0,90
Pepinos	0,80
Col de Hoja Lisa.....	0,80
Espinaca.....	1,20
Judía Tierna Perona.....	5,00
Puerro.....	1,20

FRUTAS	Euros/Kg
Mercorleida	
Manzana Golden 65+	0,58
Verde Americana 75+	S/C
Fuji 70+ / 75+	S/C
Pera Conferencia 60+	S/C
Albaricoque A 67/73	0,85
Melocotón Amarillo A 67/73	0,93
Amarillo B 61/67	0,73
Plano A 67/73	0,83
Plano B 61/73	0,73
Nectarina Amarilla A 67/73	0,88
Amarilla B 61/67	0,70

FRUTOS SECO

Lonja de Reus	
Avellana Negreta	5,00
Corrent	5,00
San Giovanni	5,00
Almendra Comun	4,55
Largueta	5,00
Marcona	5,50
Ecológica	5,75
Pistacho Kerman 20/22	5,50
Kerman 28/30	4,80

(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)

Lonja de León

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

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	204,00
Cebada.....	199,00
Triticale.....	194,00
Centeno.....	S/C
Avena.....	171,00
Maíz.....	224,00
COLZA	Euros/Tm
Colza Sostenible.....	460,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfalfa Paquete Rama.....	200,00
Paquete Deshidratado.....	225,00
Paja 1ª Cebada.....	48,00
Veza Forraje de 1ª.....	150,00
Forraje.....	120,00

En la sesión de la lonja de León celebrada hoy ha habido una subida en todas las categorías de cereales en consonancia con los mercados internacionales. Las tensiones geopolíticas vuelven a cotizar

MERCADOS NACIONALES

después de que se rompiese la frágil tre-gua entre EE UU e Irán, con un estrecho de Ormuz como moneda de cambio en el conflicto de los dos países. Si bien a los mercados les preocupan más en estos momentos el hostigamiento por parte de enjambres de drones ucranianos en el mar de Azor contra buques rusos, lo que está obligando a Moscú a redirigir su tráfico marítimo para que no se vean afectadas sus exportaciones de grano. La ola de calor en Francia está afectan-do significativamente al maíz y al girasol con pérdidas importantísimas de entre un 30% y un 50% aumentando el nerviosismo entre los operadores. En cuanto a la cosecha de cereales de invierno en nuestra provincia se está desarrollando a un ritmo vertiginoso con un adelanto no-table respecto a una campaña normal; los rendimientos son malos en consonancia con lo que ocurre en Castilla y León y en el resto de España.

Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 16 de julio de 2026.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
J. Sendra, disp. Valencia.....	S/C
Monsianell, disp. Valencia	S/C
Guadiamar, disp. Valencia.....	S/C
Gladio, disp. Valencia	S/C
Provincia, disp. Valencia ...	270,00-275,00
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
Guadiamar 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	Sin Operaciones
Zona Alicante.....	S/C
Zona Castellón.....	Sin Operaciones
Zona Tarragona.....	S/C
Zona Murcia	Sin Operaciones
Zona Ibiza.....	Sin Operaciones
Zona Mallorca	Sin Operaciones
Precios por tonelada, a granel, según ren-dimientos	
Troceada Integral, disp. orig.....	S/C
Troceada sin Harinadisponible origen ..	S/C
Troceado Fino, disp. origen.....	S/C
Garrofin, disp. origen	Sin operaciones
PATATAS	Euros/Tm
Agria, origen España,	
disp. Val	420,00
Roja, origen España,	
disp. Val.	400,00
Nueva, org. Salamanca y Valladolid,	
disp. Valencia	220,00
Lavada, origen Francia,	
disp. Valencia	420,00
Francesa Elodie o similares,	
disp. Valencia	300,00
Caesar, origen Francia,	
disp. Valencia,	240,00
Nueva, origen Egipto,	
disp Valencia	540,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
.....	450,00-700,00
Nota: Las cotizaciones conocidas facilita-das se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.	

Región de Murcia

Resumen informativo de la situación del estado sanitario de los cultivos, por grupos, facilitada por el Servicio de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia. Datos del 29 de junio al 5 de julio de 2026.

MELÓN Y SANDÍA

Esta semana el principal problema fitosanitario que se encuentra en las plantaciones está em-pezando a ser el **oidio**. Se trata de una enfermedad de difícil control que puede llegar a aca-rrear problemas graves si no se maneja concienzudamente. Los tratamientos se deben realizar al aparecer los primeros síntomas en las plantas, y no deben aplicarse dos materias activas con el mismo modo de acción consecutivamente. En cuanto a los espolvoreos de azufre, estos son una herramienta verdaderamente útil para el control del **oidio**, si bien hay que recordar que a partir de temperaturas medias próximas a 30 °C pueden causar problemas de fitotoxicidades, así como, para el caso de la **sandía**, si se aplica en la etapa del cuajado de frutos. Las poblaciones de **mosca blanca (Bemisia tabaci)** están elevando sus niveles en las plantaciones al aire libre, y paralelamente siguen apareciendo en las plantaciones nuevos casos de plantas infectadas por el **virus de Nueva Delhi, ToLCNDV**. Esta situación va a causar previsiblemente graves perjuicios en las plantaciones más tardías de **melón** que no han llevado unas medidas de prevención adecuadas desde el inicio del cultivo.

PIMIENTO

■ **Para pimentón:** Recordamos que nos encontramos en los momentos óptimos para ejercer un buen control sobre **Ostrinia** y otras **orugas de lepidópteros** que pueden afectar a las plantaciones de **pimiento para pimentón** del Valle del Guadalentín. El primer tratamiento debe realizarse de manera inmediata, si es que no se ha realizado todavía, siendo imprescindible tratar posteriormente, siguiendo las secuencias descritas en el informe anterior. Las poblaciones de **Ostrinia** que pueden localizarse en estas fechas en el **Valle del Guadalentín** se encuentran casi exclusivamente en las plantaciones de **pimiento para pimentón**, en diferentes estados biológicos, desde adultos y huevos hasta crisálidas, pasando por diferentes fases larvarias. Dado que algunos de estos estadios no van a ser sensibles a un tratamiento único, es fundamental rea-lizar las secuencias descritas para mantener un control continuo sobre las nuevas puestas y larvas de primer estado, las más sensibles, durante al menos 3 a 4 semanas, con lo que conseguiremos un control duradero de la plaga. Por el contrario, si no controlamos adecuadamente la plaga du-rante estas semanas, posteriormente será muy difícil evitar sus daños, puesto que sus poblaciones se incrementarán y pasarán a otros cultivos, como **alcachofa y brócoli**, incrementando su presi-ón sobre todas las plantaciones próximas. Por lo tanto, aunque los niveles de plaga que veamos en nuestras plantaciones nos parezcan bajos, hay que actuar ya, de forma coordinada entre todos los productores, antes de que se des controle el problema. Dada la importancia que tiene mante-ner las poblaciones de auxiliares en las plantaciones de **pimiento**, es fundamental no incluir en los tratamientos ni un solo producto que pueda resultar incompatible con los insectos y ácaros beneficiosos. En algunas plantaciones con presencia de **oidio** o **polvillo**, puede ser conveniente incluir un antioidio específico en una de las aplicaciones. En otros casos, puede ser suficiente con realizar un buen espolvoreo con azufre (que también tendrá efecto para el control de ácaros), uno o dos días después de la aplicación contra **Ostrinia**, siempre que las temperaturas no sean excesivas. ■ **De invernadero:** Recordamos una vez más, que los insectos auxiliares juegan un papel muy destacable en el control de diversas patologías y que es fundamental que se man-tengan hasta el final, favoreciendo que se extiendan a otros cultivos y vegetación próxima. Con ello, contribuiremos a reducir la presión de plagas en todo el agrosistema de la zona, incluyendo problemas tan importantes como el de **trips** y el **virus del bronceado**. Respecto a **Ostrinia**, la presión de la plaga está siendo baja esta campaña, posiblemente por efecto de la amplia instalación de la técnica de confusión sexual contra la misma. A pesar de ello, hay que extremar la vigilancia de las plantaciones, especialmente las que se vayan a mantener durante más tiempo, puesto que los difusores de feromonas terminarán de descargarse en poco tiempo. Aumenta la presencia de **Nezara, cottonet** y, sobre todo, de **Empoasca**. En línea con lo anterior, deberá evitarse realizar tratamientos generalizados con productos incompatibles con los auxiliares. Se mantienen los niveles elevados, aunque sostenidos de mosca blanca y oidio.

TOMATE

Empiezan a aumentar los niveles de **moscas blancas** en las mallas. Los niveles de **Tuta** se mantienen altos en general, siendo muy importante la presencia de los miridos. En concreto **Ne-sidiocoris** es fundamental para controlar sus poblaciones en las plantaciones de tomate. Tanto en mallas como en invernaderos pueden detectarse problemas muy puntuales de **Liriomyza** o **submarino**, así como de **trips**, y **pulgón** que es fundamental controlar en las fases más tem-pranas de la plantación. Por su parte, los ácaros, tanto araña roja, como vasates, requieren una especial vigilancia y la adopción de medidas bastante preventivas, al igual que los **oidios**, para evitar que se instalen en la plantación y se haga más difícil su control. En cuanto a **nematodos**, en parcelas con antecedentes, es importante combinar la solarización (acolchando el suelo con un plástico transparente e introduciéndole humedad durante los primeros días, dejándolo así unas semanas antes de plantar), o la biosolarización, junto con un nematocida específico.

UVA DE MESA

El buen control preventivo, con técnicas de confusión sexual, que se realiza de **Lobesia** por parte de los productores de uva de mesa, continúa dando sus frutos al seguir una semana más sin cap-turas ni incidencias. El mayor problema por el contrario se está encontrando a las infestaciones de **melazo (Planococcus ficus)**. Cabe destacar que esta campaña está siendo especialmente complicada para su control debido entre otros motivos a la retirada de algunas materias activas que ejercían un control bastante eficaz contra esta plaga. Así, en la zona productora del **Valle de Guadalentín** están observándose **parrales** verdaderamente afectados y con gran cantidad de melaza segregada. Por ello recordamos la importancia de combatirlo combinando técnicas tradi-cionales con la suelta de enemigos naturales para tratar de frenar su avance. También continúa, como es habitual en estas fechas, el aumento de poblaciones de **mosquito verde**, aunque sin generar por el momento graves problemas. La situación respecto a **Scirtothrips** continúa de manera similar al informe anterior, con un aumento progresivo de capturas, que deberán vigilarse de cerca ya que se han empezado a observar **racimos** con daños.

FRUTALES DE HUESO

Con las altas temperaturas, la presencia de la **plaga de Mosquito Verde** está en niveles muy altos. Las parcelas con mayor presencia son aquellas donde la recolección finalizó y ya no se realiza ninguna intervención. En parcelas de menos de 3 años los daños pueden ser importantes, pues paraliza el crecimiento y formación de árboles jóvenes. Por otro lado, en cuantoa la **mosca de la fruta**, una semana más se han incrementado las capturas de adultos en mosqueros, pues las parcelas ya recolectadas están dando lugar a que la fruta del suelo sea foco de propagación. Es muy importante retirar la fruta que queda en el suelo, así como realizar tratamientos en parcelas ya recolectadas, aproximadamente unos 5 días después de finalizar la recolección. Para disminuir el riesgo de residuos en parcelas por recolectar, los tratamientos deben realizarse en forma de cebo.

PERAL

Está observándose una alta incidencia de la **Sila del peral** en las parcelas de **peral** de la zona de **Jumilla**. La plaga se encuentra en todos los estadios, con la aparición de melaza en la mayoría de casos. Al realizar los tratamientos es conveniente eliminar previamente la melaza con produc-tos apropiados, ya que de esta manera obtendremos una mayor eficacia.

CÍTRICOS

Continuamos una semana más con una situación fitosanitaria en los **cítricos** dentro de una relativa estabilidad general. La mayor incidencia se mantiene en la alta población que encon-tramos de **piojo rojo (Aonidiella aurantii)** en prácticamente toda la región. Como se ha indicado en el anterior informe, los niveles de capturas en trampa han sobrepasado los umbrales de tratamiento en diversas zonas, manteniéndose al alza su evolución en todas las estaciones muestradas, favorecida por el incremento de temperaturas. En zonas del **Valle de Guada-lentín** se han reportado daños en hojas y frutos. Como venimos comentando, para su control, además de los tratamientos fitosanitarios oportunos con productos que perjudiquen en la menor medida posible a los insectos auxiliares, puede resultar interesante combinar estos con técnicas

de confusión sexual. Evolución similar respecto al **melazo o cottonet (Planococcus citri)**, con altos niveles de captura, aunque aún sin producir daños relevantes. Situación parecida en cuanto a **Scirtothrips**, con aumento de capturas en todas las estaciones. Como venimos diciendo, el tiempo seco y las altas temperaturas favorecen este ascenso y, aunque no de manera general, se están empezando a observan daños en frutos en la zona del **Valle de Guadalentín**, por lo que habrá que permanecer muy vigilantes a su evolución. Continúa en ascenso la captura de la **mosca de la fruta, Ceratitis capitata**, aunque aún no se detectan daños de relevancia. Resulta fundamental evitar dejar fruta en los árboles o en el suelo de las parcelas ya recolectadas que sirvan de reservorio para la plaga y de esta manera pase a las fincas colindantes. En cuanto a **lepidópteros**, la **polilla del limonero, Prays citri**, continúa en descenso de capturas y con nulos daños debido a la falta de floración. Y, por el contrario, continúan incrementándose las capturas de minador de los cítricos (**Phyllocnistis citrella**), cuya población está aprovechando la aparición de nuevas movidas en los árboles para colonizarlas, aunque el mayor riesgo se sigue dando igualmente en plantaciones jóvenes, que deberán permanecer vigiladas para evitar daños. Así mismo, continúa el incremento de otros **lepidópteros como el gusano rosado (Ana-trachyntis badia)** o **Platynota**, aunque sin mayor relevancia para los cultivos por el momento.



DEPOSITPHOTOS.COM

SITUACIÓN DEL VIRUS DE LA CLOROSIS NERVIAL AMARILLA DE LOS CÍTRICOS

El Servicio de Sanidad Vegetal, junto a las Oficinas Comarcales Agrarias, lleva realizadas cerca de 800 prospecciones entre explotaciones cítrícolas y viveros de la región. Sobre los más de 500 análisis que se han realizado por el momento en el LAYMA, se han detectado 48 positivos en explotaciones comerciales jóvenes (2-3 años), por lo que el nivel de incidencia se encuentra en torno al 9%. La comarca de **Mula** continúa siendo la que presenta una mayor incidencia. Así mismo, la incidencia sigue siendo mayoritaria en **limonero** sobre el resto de especies cítrícolas, y la gran mayoría de los análisis positivos se han producido en plantaciones que presentaban los síntomas específicos del virus, por lo que recordamos la importancia de comunicar al servicio de sanidad vegetal cualquier incidencia o sospecha que puedan observar en las explotaciones, en especial los que hayan recibido material de plantación de viveros situados en la zona de origen de afección. Recordamos que en el canal de youtube del Servicio de Formación y Transferencia Tecnológica, se encuentra el vídeo de una de las jornadas sobre la **clorosis nervial amarilla de los cítricos** que se han venido realizando en las diferentes comarcas productoras, en este caso el realizado en el CIFEa de Torre Pacheco. Desde el servicio recomendamos su visualización para in-crementar el conocimiento sobre la situación actual, identificación y medidas para tratar de erra-dicar o minimizar la expansión y riesgos de este virus. Una semana más, hacemos mención a los principales puntos de la Resolución de la Dirección General de Producción Agrícola, Ganadera y Pesquera, por la que se declara la presencia de la plaga denominada **“Potexvirus Citriflavive-nae”** y se adoptan las medidas urgentes para su erradicación y control en la Región de Murcia.

■ **Obligaciones de los particulares:** Vigilar y mantener sus cultivos, plantaciones, cosechas, vegetales, productos vegetales y otros objetos, en buen estado fitosanitario para la defensa de las producciones propias y ajenas. Queda prohibido en la Región de Murcia el movimiento y comer-cialización de vegetales hospedantes infectados por **Potexvirus citriflavivenae**. No producir, multiplicar, distribuir, almacenar, comercializar ni ceder material vegetal infectado o con sospecha de estar infectado por **Potexvirus citriflavivenae**. Ante la existencia de indicios que puedan suponer la presencia de **Potexvirus citriflavivenae** o cuando aparezcan los síntomas de la misma en los vegetales de su propiedad habrán de comunicar estas circunstancias al Servicio de Sanidad Vegetal de la Región de Murcia. ■ **Medidas fitosanitarias: Medidas obligatorias de erradicación en instalaciones de operadores profesionales registrados en el Re-gistro de Operadores Profesionales de Vegetales (ROPVEG), que dispongan vegeta-les hospedantes de Potexvirus citriflavivenae.** En caso de detectar síntomas compatibles de **Potexvirus citriflavivenae** o de confirmación del diagnóstico mediante análisis por algún laboratorio autorizado deberá: a) Realización de tratamientos fitosanitarios contra los insectos vectores de **Potexvirus citriflavivenae** sobre la totalidad de los vegetales hospedantes con los productos adecuados autorizados para su control, según el Registro Oficial de Productos Fitosanitarios, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (https://servicio.mapa.gob.es/regfiweb), y recomendados por el Servicio de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agua, Agricul-tura, Ganadería y Pesca. b) Destrucción de la totalidad de los vegetales hospedantes infectados o con riesgo de estarlo al objeto de evitar la dispersión del organismo nocivo. c) Desinfectar las herramientas de corte entre parcelas, instalaciones o lotes de producción o comercialización de especies hospedantes. Retirando, en primer lugar, los restos de residuos orgánicos con agua y jabón o detergente. Posteriormente, desinfectando con una dilución de lejía en agua de 1:9 du-rante más de 5 minutos, alcohol isopropílico al 70-100%, peróxido de hidrógeno (agua oxigena-da) o amonios cuaternarios. **Medidas obligatorias de sobre vegetales hospedantes en plantaciones, parques y jardines.** Se llevará a cabo una vigilancia intensiva de los vegetales hospedantes en plantaciones, parques y jardines con el objeto de detectar síntomas compatibles de **Potexvirus citriflavivenae**. Realización de tratamientos fitosanitarios contra la población de insectos vectores de **Potexvirus citriflavivenae** sobre la totalidad de los vegetales hos-pedantes con los productos adecuados autorizados para su control, según el Registro Oficial de Productos Fitosanitarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y recomendados por el Servicio de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca. Desinfectar las herramientas de corte entre plantaciones, parcelas, e incluso arboles aislados en parques y jardines. Retirando, en primer lugar, los restos de residuos orgánicos con agua y jabón o detergente. Posteriormente, desinfectando con una dilución de lejía en agua de 1:9 durante más de 5 minutos, alcohol isopropílico al 70-100%, peróxido de hidrógeno (agua oxigenada) o amonios cuaternarios. Por último, mencionar brevemente las principales características del virus: La **clorosis nervial amarilla** afecta principalmente a las hojas de los **cítricos**, donde provoca un amarilleamiento intenso de los nervios, deformaciones y pérdida de vigor. Las variedades de **na-ranjo**, algunos **mandarinos, kumquat** y **cidro** presentan una susceptibilidad baja y algunas variedades de **lima, mandarino y pomelo** son tolerantes a la enfermedad, es decir, se infectan con el virus, pero no manifiestan síntomas. El **virus** se propaga fácilmente mediante el injerto de material vegetal infectado y herramientas de poda sin desinfectar. También se transmite a través de vectores como la **mosca blanca Dialeurodes citri** y los **pulgones Aphis spiraeicola** y **Aphis gossypii**. Se recomienda realizar un control adecuado tanto de los insectos vectores como de las plantas silvestres que pueden ser fuente de infección, hacer un manejo agronómico adecuado y desinfectar las herramientas de poda, así como extremar la vigilancia en plantaciones recientes (de los últimos 2-3 años) y con material vegetal de reproducción procedente de viveros de las zonas afectadas.



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



valencia fruits
dossier



TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN

J U L I O 2 0 2 6

JOSÉ LUIS ESTRELLA / Director de Operaciones de Hispatec

“La tecnología facilita un control que se traduce en una reducción de costes”

José Luis Estrella es un firme defensor de la tecnología aplicada al sector agroalimentario. Sostiene que la digitalización, la innovación y el control de los datos son actualmente herramientas imprescindibles para controlar los costes y ganar eficiencia para poder competir con éxito en los mercados. Tras el importante desarrollo de la compañía en España, el director de Operaciones de Hispatec subraya que el principal objetivo en 2026 es “consolidar nuestro liderazgo en Latinoamérica, ya que es donde más espacio tenemos para crecer”.



José Luis Estrella afirma que actualmente la tecnología está lejos de sustituir en este sector a las personas, pero “sí supone una gran ayuda”. / ÓSCAR ORZANCO

► **ÓSCAR ORZANCO. ALMERÍA.** Hace aproximadamente tres años, Hispatec decidió emprender una remodelación para adoptar una estructura más moderna. Fruto de este proceso, José Luis Molina pasó a ocupar el cargo de CEO, Pascual Romera ejerce como director comercial, y José Luis Estrella como director de operaciones. Actualmente son los tres socios que trabajan dentro de la estructura de Hispatec.

Por estudios, forman un trío ‘curioso’, porque José Luis Molina es ingeniero agrónomo, Pascual Romera es ingeniero de telecomunicaciones y José Luis Estrella es informático. Cada uno de ellos tiene sus funciones bien definidas dentro de la compañía y aportan los conocimientos derivados de su formación.

Valencia Fruits. Como director de operaciones, ¿cuáles son sus principales funciones dentro de Hispatec?

José Luis Estrella. Me ocupo de lo que nosotros denominamos el ‘delivery’, el despliegue del software. En Hispatec desarrollamos software o productos generales para todas las empresas. Mi función es que estas soluciones lleguen a los clientes y que nuestro equipo las adapte a sus

necesidades. Nuestro software se puede emplear para una gran variedad de frutas y hortalizas, pero cada una de ellas tiene sus particularidades.

Ante este abanico de particularidades, nuestra forma de trabajar es acudir a casa del cliente para que nos exprese sus necesidades, y realizamos una configuración del software específica para atacar esos problemas. Porque todos los clientes compran nuestras soluciones precisamente para eso, para arreglar problemas. Por eso, realizamos pequeñas programaciones o adaptaciones a medida que complementan el software general.

Un software general especializado en el sector hortofrutícola cubre entre un 85 y un 95% de las necesidades. El porcentaje restante hay que desarrollarlo a medida. En Hispatec, aprovechando nuestra plataforma especializada, la adaptamos a las necesidades del cliente. Es decir, realizamos un desarrollo y toda la parte de ‘reporting’ a medida del cliente. Y, con clientes en aproximadamente 30 países, mi función es ocuparme de ese despliegue de nuestra en todo el planeta.

VF. ¿Cuáles son las principales demandas de los clientes?

“Nuestra forma de trabajar es acudir a casa del cliente para que nos exprese sus necesidades, y realizamos una configuración del software específica para atacar esos problemas”

“Todas las empresas quieren controlar los costes desde el campo al lineal”

“Las soluciones de Hispatec permiten conocer cuáles son tus gastos y dónde se producen”

JLE. Ahora mismo, las principales demandas llegan desde la precosecha. La parte del campo está menos digitalizada y en este ámbito hubo un boom en el que todo el interés se focalizó en el cuaderno de campo.

Para Hispatec el cuaderno es un informe, un reporte de las tareas que realizas en el campo. Y, a diferencia de otras empresas que se centraron en este software, para nosotros es sólo un subproducto, porque nos focalizamos en registrar de forma más amplia toda la operación del cliente en la explotación, ya sea de personal, de uso de insumos, o de otros aspectos. Y todo eso lo llevamos a una visión de costes

para que el cliente conozca los gastos y dónde tiene la ineficiencia en el campo.

En décadas anteriores, el campo estaba más alejado de este proceso y las empresas agrícolas se han focalizado sobre todo en digitalizar el almacén, la comercialización o la postcosecha. Y ahora que estos procesos están muy controlados, sobre todo en España y aunque todavía queda margen de mejora, el sector está mirando cuáles son sus debilidades. Y esas debilidades se encuentran en la precosecha, es decir, el campo, y en la parte de la logística.

En los últimos 3 o 4 años, estamos teniendo una explosión

importante de firmas que quieren monitorizar exhaustivamente la carga, porque, al final, cuando salían los productos del almacén se perdía el control y no se sabía cómo llegaban al supermercado. Y ahora somos capaces de monitorizar que el transporte es lo más eficiente y lo menos dañino posible.

Hay que pensar que la empresa agrícola es un todo, y cuando recolectas un fruto, en ese momento empieza una cuenta atrás hasta llegar al lineal. Cada minuto que pasa es dinero que se pierde. Cuanto más tardas, cuanto peor haces ese camino, más dinero pierdes. Por lo tanto, todas las empresas quieren controlar los costes desde el campo al lineal. Nosotros tenemos clientes que son capaces de llegar actualmente desde que recolectan hasta un supermercado europeo en menos de 24 horas.

Desde que se recolecta arranca una cuenta atrás en la que importa el tiempo, y sobre todo cómo se transporta el producto. No es lo mismo transportarlo con unos rangos de temperatura exactos a que existan fluctuaciones. Y siempre controlando los costes.

VF. ¿Qué beneficios reporta la utilización de las tecnologías de Hispatec?

JLE. La tecnología facilita un control que se traduce en una reducción de costes. Las soluciones de Hispatec permiten conocer cuáles son tus gastos y dónde se producen. Incluso, hay clientes que tienen operaciones del mismo producto en distintos países y con nuestro software pueden comparar, por ejemplo, cuánto le cuesta producir un arándano en Perú, en España o en Chile.

En Hispatec recopilamos muchos datos, y mucha trazabilidad de esos datos, para que sea fácil realizar el seguimiento desde que se planta la semilla hasta el consumidor. Somos capaces de llegar hasta el supermercado. Todo esto genera una información que permite ganar la máxima eficiencia al cliente. De tal forma, que hay empresas que ya están trabajando casi a demanda. También hay que precisar que hay productos que lo permiten y otros que no. Pero hay productos en el campo que permiten ese tipo de planificación y muchos clientes van recibiendo pedidos y, simultáneamente, dando órdenes de recolección al campo, con lo cual pasamos de una agricultura en la que había que vender lo que me llegaba del campo a una agricultura en la que se recolecta lo que el cliente solicita.

Esa eficiencia es brutal a nivel de ingresos y costes, porque no tengo que bajar precios porque tenga mucho producto. Todo ese control de la cadena genera mucha eficiencia y rentabilidad, aspectos que en una economía tan competitiva son cruciales.

En el caso concreto de España, es imposible competir en mano de obra con países terceros. Por la tanto, es necesario trabajar con mucha tecnología y siendo muy eficientes para reducir costes.

De hecho, nosotros elaboramos un estudio hace tres años y, de media, los clientes que montaban nuestro software mejoraban el EBITDA un 75%. El ERP no hace magia, pero cuando una empresa puede tomar decisiones con datos fiables gana en eficiencia. Hay clientes que ya en el primer año de utilización del software han logrado reducir

las reclamaciones un 35%, lo que permite ahorrar costes y ganar en rentabilidad.

En Hispatec trabajamos para lograr la sostenibilidad medioambiental, económica y social. La sostenibilidad económica es fundamental para la supervivencia de cualquier empresa y, además, de forma derivada te va a conducir hacia la sostenibilidad medioambiental, porque al final el objetivo es producir más con menos.

En el caso de la sostenibilidad social, uno de los aspectos que abordamos es la eficiencia de los pequeños agricultores. Se tiende a pensar que los productores con muchas hectáreas son más eficientes. Pero hay clientes, como Unica, que cuenta con miles de pequeños agricultores y han desarrollado un programa denominado 30x5 que han ido mejorando la rentabilidad de estos productores un 30% en 5 años.

VF. ¿Qué soluciones concretas está implantando Hispatec actualmente?

JLE. Los tres grandes productos que mueve hoy Hispatec son ERPagro para postcosecha, Efemis para precosecha y Control Tower para logística. No obstante, dentro de cada campo hay mejoras. Por ejemplo, en la parte de postcosecha hemos sacado un nuevo módulo que se llama Margaret Planner, que básicamente es una solución que, con el apoyo de la inteligencia artificial, facilita optimizar la planificación y confección de pedidos de producción en almacenes hortofrutícolas. Permite organizar líneas de confección, gestionar personal y predecir costes y rendimientos de forma automática.

VF. ¿Qué papel juega la inteligencia artificial o qué posibilidades abre?

JLE. La inteligencia artificial abre muchas posibilidades y encierra muchos peligros. Muchas veces creemos que sirve para todo, en cualquier sector, y esta creencia es un poco peligrosa. Existen diferentes inteligencias artificiales, con diferentes configuraciones, que sirven para diferentes sectores. En Hispatec estamos cogiendo distintas inteligencias artificiales y las estamos usando específicamente para la agricultura. Quizás es nuestro diferencial.

En general, tendemos a pensar que la inteligencia artificial va a sustituir a la persona. Actualmente, la tecnología está lejos de sustituir en este sector a las personas, pero sí supone una gran ayuda y permite que una que persona o determinados puestos de trabajo sean mucho más eficientes con esa ayuda de la inteligencia artificial.

VF. ¿La inteligencia artificial permite ahorrar costes en mano de obra?

JLE. Este es el siguiente ciclo y ahora estamos también trabajando en esta línea. Aunque todavía se encuentran en una fase inicial, estamos desarrollando soluciones que permitirán distribuir el personal en los campos en función de los pedidos recibidos y las necesidades de recolección. En este terreno, las variantes a contemplar son diversas y hay una variable muy compleja de medir, tiempo. La fiabilidad de la predicción del tiempo más allá de tres días es muy baja.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado en Hispatec para el ejercicio 2026?

JLE. Sobre todo consolidar nuestro liderazgo en Latino-

"Los tres grandes productos que mueve hoy Hispatec son ERPagro para postcosecha, Efemis para precosecha y Control Tower para logística"

américa, ya que es donde más espacio tenemos para crecer. En España somos líderes y seguimos creciendo a un ritmo importante, pero actualmente nuestra principal zona de expansión y desarrollo es Latinoamérica. En esta área geográfica tenemos sede en muchos países y muchos proyectos para las grandes empresas de esta zona. La mayoría de las grandes firmas agrarias del mundo,

que mueven millones de euros, están asentadas en Latinoamérica. Algunos de estos grandes productores ya son clientes de Hispatec y queremos seguir expandiéndonos en esta zona. El objetivo es consolidarnos como empresa número uno país a país. Tenemos que hacer lo mismo que ya hemos en España en países como Chile, México, Perú, Colombia.



El director de Operaciones de Hispatec destaca que la empresa trabaja para "lograr la sostenibilidad medioambiental, económica y social". / Ó. ORZANCO

Software para una agricultura más rentable y sostenible

hispatec
agointeligencia



Efemis

- Gestión agronómica integral, web y app
- Multi-territorio y con productores asociados
- Sensores, satélites, vademecum, cuaderno de campo

ERPagro

- Gestión de la confección y la comercialización
- Control de costes y trazabilidad
- Apps: socios, empleados, producción

Control Tower PRO

- Plataforma global e independiente
- Optimización y control de la logística
- Control de calidad y gestión del transporte

Margaret

- Inteligencia Artificial para la agricultura
- Modelos predictivos: producción, pedidos, etc.
- Integración con múltiples dispositivos



650 clientes
en todo el mundo



30 países
con nuestros
sistemas implantados



45.000 envíos
gestionados en 2024



28.000 millones
de euros comercializados
por nuestros clientes

+34 950 28 11 82
hispatec.com



4Piot permite a las comunidades de regantes, grandes explotaciones, cooperativas y bodegas tomar las mejores decisiones a partir de datos objetivos. / GRUPO 4PLUS

ISMAEL AVELLÁN / CEO del Grupo 4Plus

“Con 4Piot nos estamos convirtiendo en el sistema nervioso digital del campo”

Grupo 4Plus es una empresa valenciana que en dos décadas se ha consolidado como uno de los referentes de la digitalización agraria en la Comunitat. Como relata Ismael Avellán en esta entrevista, decidieron crear la división de digitalización agraria 4Piot Tecnología Agraria por las “nuevas necesidades” que detectaron en el sector. En apenas unos años han digitalizado 58.300 hectáreas de regadío en la Comunidad Valenciana, prácticamente el 20%. Por el momento, siguen trabajando en el reto de ser un socio estratégico de las comunidades de regantes, grandes explotaciones, cooperativas y bodegas para lograr “acortar la brecha entre la agricultura y el mundo tecnológico”, permitiendo adoptar decisiones a partir de datos objetivos.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. Grupo 4 Plus cumple veinte años, ¿nos puede contar cómo han transcurrido estas dos décadas y a qué se dedican en la actualidad?

Ismael Avellán. Han sido dos décadas muy ilusionantes. Empezamos con la fundación de 4Plus Ingenieros y Arquitectos, la empresa matriz de la organización. En 2019, vivimos un punto de inflexión con la diversificación y la consolidación de nuevas áreas de negocio. Creamos 4Plus Telecomunicaciones, que ofrece gestión de redes de telecomunicaciones para operadores de infraestructura y redes móviles; se constituyó nuestra comercializadora eléctrica EPAC y, al mismo tiempo, comenzamos a desarrollar un sistema de recogida y gestión de datos para las comunidades de regantes. Ese fue el embrión de 4Piot, nuestra empresa de digitalización agraria. Por último, 4Plus Certificación, referente nacional y con destacada presencia internacional, por ejemplo en Chile, donde hemos cerrado la quinta campaña con más de 400 clientes. En resumen: somos un grupo multidisciplinar formado por cinco empresas que se complementan, guiadas por la excelencia técnica y el compromiso con los clientes. Somos ya más de un centenar de trabajadores, tenemos presencia en toda España y una expansión muy destacada en Latinoamérica.

VF. ¿Qué es 4Piot Tecnología Agraria? ¿Qué les impulsó a crear esta división?



Ismael Avellán señala que la colaboración que ofrece Grupo 4Plus abarca todo el proceso. “Acompañamos a los regantes desde las fases de información y asesoramiento, identificando las convocatorias que mejor se adaptan a sus necesidades”. / 4GP

“Actuamos como un socio estratégico que facilita el acceso a inversiones clave para la transformación digital y la modernización de las infraestructuras de riego con el menor impacto económico para los comuneros”

IA. El profundo conocimiento del sector agrario y las nuevas necesidades que estábamos detectando fueron el embrión de 4Piot Tecnología Agraria, nuestra división de digitalización agraria, referente indiscutible en el sector. 4Piot es un software de gestión integral, con monitorización IoT en tiempo real y módulos de teledetección y sanidad

vegetal, entre otros. Y es también una herramienta de gestión administrativa. 4Piot permite a las comunidades de regantes, grandes explotaciones, cooperativas y bodegas tomar las mejores decisiones a partir de datos objetivos. Sin duda, la herramienta más completa del mercado.

VF. ¿Qué papel desempeña en las comunidades de regantes el

sistema de gestión y recogida de datos que han desarrollado?

IA. 4Piot es el mejor aliado de las comunidades de regantes. Nos estamos convirtiendo en el sistema nervioso digital del campo. A partir de la monitorización de las parcelas reportamos continuamente datos objetivos que permiten conocer el estado de la explotación al milímetro: si el agua llega donde hace falta, si hay fugas, si existe la amenaza de una plaga con tiempo suficiente para actuar antes de que aparezca, si hay estrés nutricional... Todo para que se pueda tomar la mejor decisión. Es pasar de trabajar “a manivela” a trabajar con datos para optimizar

“En agricultura, uno de los papeles principales de la digitalización es ayudar a los regantes a optimizar el uso del agua y a mejorar la productividad de sus cultivos”

nuestros consumos de agua, de fitosanitarios, de fertilizantes, de energía y mejorar el rendimiento de nuestro trabajo.

VF. ¿Cómo colaboran con las comunidades de regantes en el acceso a fondos europeos y programas de modernización?

IA. Nuestra colaboración abarca todo el proceso. Acompañamos a los regantes desde las fases de información y asesoramiento, identificando las convocatorias que mejor se adaptan a sus necesidades. Continuamos con la tramitación y, una vez obtenidos los fondos, también podemos asumir la ejecución de los proyectos si así lo consideran oportuno.

En definitiva, actuamos como un socio estratégico que facilita el acceso a inversiones clave para la transformación digital y la modernización de las infraestructuras de riego con el menor impacto económico para los comuneros.

VF. ¿Qué resultados destacaría de ellos obtenidos hasta la fecha?

IA. Ya hemos conseguido para los regantes cerca de 14 millones de euros en subvenciones con los que financiar el salto hacia la agricultura 4.0. Y hemos digitalizado más de 58.300 hectáreas de regadío en la Comunidad Valenciana, es decir, una quinta parte del total. Lo hemos hecho aprovechando las dos convocatorias del Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) de Digitalización del Ciclo del Agua, donde nos han aprobado 39 proyectos que se han traducido en la instalación de 44 estaciones meteorológicas, 335 sondas de humedad, más de 16.600 contadores digitales, 14 lisímetros y 54 sondas de nutrientes NPK.

Creemos en trabajar mano a mano con las comunidades de regantes porque eso nos permite conocer sus inquietudes y sus necesidades y, por tanto, guiarles mejor.

VF. Con su experiencia, ¿cuál considera que es el papel de la digitalización en el futuro de la agricultura?

IA. Lo principal es ayudar a los regantes a optimizar el uso del agua y a mejorar la productividad de sus cultivos. Es necesario trabajar para acortar la brecha entre la agricultura y el mundo tecnológico, y ahí deben implicarse las Administraciones también. Se trata de poner los datos, eso que nos da la tecnología, al servicio de la eficiencia, la rentabilidad y la sostenibilidad. Porque la digitalización nos va a facilitar adoptar decisiones basadas en la evidencia, reduciendo costes y optimizando los recursos tanto hídricos como energéticos. Para nosotros no se trata sólo de instalar tecnología. Queremos acompañar a los regantes en el proceso, enseñándoles a trabajar de manera más eficiente en la transición a una agricultura preparada para afrontar los muchos retos que sin duda va a deparar el futuro.

Artero Consultores lanza eDocuTrans para la gestión electrónica del DeCA

La plataforma facilita el cumplimiento de la nueva normativa que entrará en vigor el 5 de octubre simplificando la gestión del documento electrónico de control del transporte de mercancías por carretera

► ARTERO CONSULTORES.

La digitalización continúa transformando los procesos del sector agrícola en general, y hortofrutícola en particular. Uno de los próximos cambios que deberán afrontar empresas productoras, cooperativas, almacenes y operadores logísticos será la gestión electrónica del Documento de Control Administrativo (DeCA), una obligación derivada de la Ley 9/2025 de Movilidad Sostenible, que será exigible a partir del 5 de octubre de 2026.

■ QUÉ ES EL DECA

El DeCA (Documento de Control Administrativo) es el documento que identifica y acredita la realización de un transporte de mercancías por carretera. Desde hace años, la normativa exige su emisión para determinadas operaciones, debiendo estar disponible durante el viaje para su inspección por las autoridades competentes.

La principal novedad es que su gestión pasa a realizarse en formato electrónico, permitiendo generar, editar, intercambiar y conservar la documentación de forma digital, mejorando así la trazabilidad de la información y simplificando el cumplimiento de las obligaciones legales.

■ ¿QUIÉN ESTÁ OBLIGADO?

Con carácter general, deberán gestionar el DeCA todas aquellas empresas que organicen o contraten un transporte de mercancías por carretera en España

realizado por un transportista externo.

Entre los casos más habituales se encuentran:

- Empresas que venden mercancía y contratan el transporte hasta el cliente.
- Empresas que compran mercancía y contratan un transportista externo para recogerla en las instalaciones del proveedor.
- Compañías que trasladan mercancías entre sus propios almacenes utilizando transportista externo.
- Agencias y operadores logísticos que organizan el transporte, aunque posteriormente subcontraten.

■ EDOCUTRANS FACILITA LA ADAPTACIÓN A LA NUEVA NORMATIVA

Con el objetivo de facilitar la adaptación a la nueva normativa, Artero Consultores ha desarrollado eDocuTrans, una plataforma que permite generar, gestionar, compartir y conservar el DeCA electrónico conforme a los requisitos legales. Garantizando la trazabilidad de la información y simplificando todo el proceso documental.

■ ADAPTABLE A CUALQUIER EMPRESA

Uno de los principales objetivos en el desarrollo de la plataforma ha sido facilitar su implantación independientemente del tamaño de la organización o de la herramienta con la que la empresa trabaje.



Por ello, eDocuTrans conecta los datos de dos formas diferentes:

- Mediante integración mediante API con el ERP, TMS o WMS de la empresa.
- O a través de la importación de un fichero o de forma manual.

Este planteamiento permite que tanto pequeñas como grandes empresas puedan adoptar la solución de forma progresiva, sin necesidad de realizar grandes cambios en su infraestructura tecnológica.

Además, la plataforma permite compartir los documentos mediante PDF con código QR, conservarlos durante el periodo establecido por la normativa (1 año) y mantener un registro digital accesible de toda la documentación generada y editada.

■ EDOCUTRANS EN LA ESTRATEGIA DE ARTERO

El lanzamiento de eDocuTrans se enmarca en la estrategia de

digitalización que Artero Consultores desarrolla desde hace años para el sector agroalimentario.

Un desarrollo que responde a la filosofía que Artero Consultores lleva aplicando desde hace años en el sector agroalimentario: utilizar la tecnología para reducir tareas administrativas, automatizar procesos y ofrecer información fiable en tiempo real para mejorar la operativa diaria de las empresas.

Esta experiencia se refleja especialmente en SAP Fruit One, el ERP especializado desarrollado por la compañía para empresas hortofrutícolas, desde el que se gestionan de forma integrada áreas como producción, almacén, trazabilidad, logística, calidad o costes.

La incorporación de soluciones específicas como eDocuTrans supone un paso más dentro de esa estrategia de digitalización, permitiendo que la gestión documental del transporte forme

parte de un ecosistema completamente conectado.

■ MIRANDO AL FUTURO

La evolución tecnológica del sector continuará en los próximos años con una mayor automatización de procesos y la incorporación de capacidades basadas en inteligencia artificial.

En esta línea, Artero Consultores trabaja en la integración progresiva de herramientas de IA dentro de SAP Fruit One para ayudar a las empresas a optimizar procesos, mejorar el análisis de la información y facilitar la toma de decisiones.

El lanzamiento de eDocuTrans representa un nuevo paso dentro de esa apuesta por desarrollar soluciones tecnológicas específicas para el sector agroalimentario, acompañando a las empresas en su adaptación a los nuevos requisitos normativos y en su proceso de transformación digital.

“Cualquier empresa obligada a implantar DeCA en su operativa podrá hacerlo de forma sencilla con eDocuTrans. Nuestro objetivo es ofrecer una solución accesible para cualquier organización, independientemente del ERP que utilice o incluso si gestiona sus procesos de forma manual, sin un sistema de gestión. Queremos poner la tecnología al alcance de todas las empresas, facilitando el cumplimiento normativo sin complejidad”, concluye Manuel Artero, CEO de Artero Consultores.

SAP Fruit One

Digitaliza tu **empresa hortofrutícola** con el ERP Agro desarrollado sobre la tecnología de **SAP Business One**. Flexible y personalizable con **Inteligencia Artificial**.

- Optimiza la gestión integral.
- Mejora la rentabilidad.
- Controla los costes en tiempo real.
- Mejora la toma de decisiones.



Preparado para la gestión del Documento de Control Administrativo (DeCA). **Obligatorio a partir del 5 de octubre de 2026.**



CASOS DE ÉXITO

Escanea y descubre cómo nuestra solución impulsa el éxito de las empresas.



arteroconsultores.com

AARÓN ALMANSA / CEO de Orisha Agrifood Ibérica

“La tecnología no es una opción, sino una vía para ser más competitivo”

La presión normativa, la necesidad de ganar eficiencia y la irrupción de la inteligencia artificial están acelerando la transformación tecnológica del sector hortofrutícola. En esta entrevista, Aarón Almansa, CEO de Orisha Agrifood Ibérica, reflexiona sobre los retos que afrontan las empresas y las claves para convertir la digitalización en una auténtica ventaja competitiva.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. La IA ya no es el futuro, sino el presente. ¿Cuál cree que será la siguiente gran revolución tecnológica que transformará el sector hortofrutícola en los próximos cinco años?

Aarón Almansa. En Orisha Agrifood creemos que la siguiente revolución no vendrá de una única tecnología, sino de la combinación de inteligencia artificial, automatización, movilidad en campo, analítica avanzada e integración de todos los sistemas en plataformas cloud.

VF. Muchas empresas ya han invertido en herramientas digitales, pero no siempre obtienen el rendimiento esperado. ¿Cuál considera que sigue siendo el principal obstáculo para que la digitalización genere un verdadero retorno?

AA. La digitalización del negocio debe ir acompañada de un cambio de mentalidad: requiere aprendizaje y una adopción responsable liderada por la Dirección. Muchas compañías han digitalizado tareas concretas, pero todavía mantienen información dispersa, duplicidades, hojas de cálculo paralelas o sistemas poco conectados. La tecnología aporta valor cuando conecta datos dispersos, identifica señales causales y tendencias de negocio, se integra de forma natural en los procesos de trabajo de la empresa y los equipos la adoptan como una herramienta diaria de gestión.

VF. En un momento en el que el sector genera enormes volúmenes de información, ¿cree que el verdadero valor está ya en disponer de datos o en saber interpretarlos para tomar mejores decisiones?

AA. Las empresas necesitan saber qué está ocurriendo en su negocio en cada momento para tomar decisiones con confianza. Ya existe mucha información en las aplicaciones que tenemos a nuestra disposición (ERP, CRM, plataformas B2B, etc.), pero es necesario contar con un sistema de indicadores estratégicos bien definidos (KPIs) que ayude a prever qué puede suceder y a tomar decisiones con mayor seguridad; más aún ahora, cuando estas herramientas incorporan valiosas utilidades de IA.

Sin duda, la tecnología es un aliado estratégico, pero el valor y la responsabilidad de la comprensión y de la decisión deben seguir siendo profundamente humanos.

El valor diferencial está en interpretar los datos, relacionarlos y convertirlos en decisiones. En una empresa hortofrutícola, un dato de producción, calidad, costes, tratamientos, stock o expedición adquiere mucho más valor cuando se cruza con la campaña, el cliente, la variedad, la finca, el lote o la rentabilidad, y todo ello se compara con indicadores clave para el negocio. La clave está en pasar del dato registrado al dato útil, para poder anticiparse, corregir desviaciones y tomar decisiones prácticamente en tiempo real.

VF. Cada vez se habla más de automatización y de agentes de inteligencia artificial capaces de ejecutar tareas. ¿Qué procesos cree que veremos automatizados antes dentro de una empresa hortofrutícola?

AA. En Orisha Agrifood contamos con automatizaciones impulsadas por IA en nuestra solución NORA, desarrollada en Dynamics 365 Business Central. Utilizamos la IA para asistir a los usuarios en procesos de consulta de trazabilidad; agilizar la introducción de pedidos asistidos por lenguaje natural; automatizar conciliaciones bancarias; y realizar análisis avanzados de ventas, inventarios o pagos atrasados, entre otros usos. Muy pronto veremos agentes de IA apoyando a los equipos en la gestión de cobros, la administración de pedidos, la introducción de gastos o la detección de anomalías, entre otras tareas. Estas herramientas ayudan a ser más eficientes y avanzan a un ritmo vertiginoso para aportar cada vez más valor.

VF. La legislación europea evoluciona continuamente en aspectos relacionados con sostenibilidad, trazabilidad o cuaderno digital. ¿Cómo puede ayudar la tecnología a que las empresas dejen de ver la normativa como una carga y la conviertan en una ventaja competitiva?

AA. Muchas veces en el sector observamos la incorporación de soluciones tecnológicas aisladas para dar respuesta a requerimientos legales. El resultado son datos dispersos, incluso duplicados y no sincronizados entre sí, que entorpecen la gestión ágil del negocio. Si la trazabilidad, el cuaderno digital, los tratamientos, los lotes, los movimientos de almacén, los procedimientos de calidad o la documentación de las expediciones se registran de forma estructurada desde el origen, la empresa interioriza esta dinámica y dispone de la información de forma sencilla ante una inspección o auditoría.

La solución pasa por contar con un sistema robusto, escalable y preparado para crecer conforme evolucionan el ritmo del negocio y la burocracia digital. En este sentido, disponer de un socio tecnológico que entienda el negocio y tenga capacidad para escalar desde la experiencia sectorial constituye una ventaja importante.

VF. Las grandes empresas suelen liderar la digitalización, pero el tejido hortofrutícola español está formado mayoritariamente por pymes. ¿Qué necesitan estas empresas para dar el salto tecnológico con confianza?



Tener un socio tecnológico que entienda el negocio y tenga capacidad para escalar constituye una ventaja importante. / ORISHA



Aarón Almansa destaca que estamos en un momento en el que “la clave está en pasar del dato registrado al dato útil”. / ORISHA AGRIFOOD

“Muy pronto veremos agentes de IA apoyando a los equipos en la gestión de cobros, la administración de pedidos, la introducción de gastos o la detección de anomalías, entre otras tareas”

“La digitalización del negocio debe ir acompañada de un cambio de mentalidad: requiere aprendizaje y una adopción responsable liderada por la Dirección”

“En pocos años será difícil competir sin una visión integrada del negocio”

AA. Las pymes necesitan soluciones escalables y bien dimensionadas que les permitan digitalizarse sin asumir inversiones fuera de sus posibilidades. También necesitan acompañamiento, confianza y una tecnología que entienda y hable el idioma de su negocio. La digitalización debe plantearse como un camino ordenado, en el que cada fase aporte mejoras visibles. El conocimiento experto del sector y un proveedor tecnológico que acompañe a las empresas en este proceso desde la cercanía son factores decisivos para que su apuesta por la digitalización sea realista y responsable.

VF. ¿Qué tecnologías considera que todavía están infravaloradas por el sector y cree que terminarán siendo imprescindibles en pocos años?

AA. Consideramos que la movilidad en campo y en almacén todavía tiene mucho potencial de desarrollo, al igual que la automatización de procesos mediante IA. También ganarán peso los sistemas de business intelligence y las herramientas que permitan trabajar de forma colaborativa con información fiable desde cualquier punto de la

cadena. En pocos años será difícil competir sin una visión integrada del negocio.

VF. En un contexto de creciente digitalización y conectividad, ¿considera que el sector agroalimentario está suficientemente preparado para afrontar los riesgos de ciberseguridad? ¿Qué errores siguen cometiéndose con más frecuencia?

AA. El sector ha avanzado mucho, pero todavía queda camino por recorrer en ciberseguridad. Los sistemas basados en la nube cuentan con niveles de ciberprotección y seguridad —actualizaciones permanentes automáticas, monitorización continua, sistemas de backup y políticas de recovery— muy superiores a los de cualquier sistema local, pero todavía hay empresas reticentes a dar el salto al cloud. Ahí queda trabajo por hacer. También hace falta formación en IA generativa para poder desplegarla de forma controlada y responsable en escenarios de negocio bien seleccionados.

VF. Si tuviera que dar un único consejo a un gerente que hoy todavía duda si acelerar la digitalización de su empresa, ¿cuál sería?

AA. La tecnología no es una opción, sino una vía para ser más competitivo. Las empresas que están liderando esta digitalización ya están aportando valor a sus organizaciones. Ya no es solo una cuestión de las compañías más grandes; si de verdad queremos ser más competitivos y que nuestro negocio pueda seguir creciendo, debemos apostar de forma clara por la transformación tecnológica de nuestro negocio hortofrutícola.

El consejo sería empezar por priorizar los procesos con mayor impacto en el negocio y elegir un socio tecnológico con experiencia sectorial. Digitalizar no significa cambiarlo todo de golpe, sino construir una empresa más preparada, eficiente y capaz de tomar mejores decisiones.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La innovación tecnológica se ha convertido en uno de los principales motores de transformación de la industria alimentaria. Tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la biotecnología o la digitalización avanzada están revolucionando el desarrollo de nuevos alimentos, optimizando los procesos productivos y facilitando modelos más sostenibles basados en la economía circular.

Bajo ese pretexto, AINIA celebrará el próximo 29 de septiembre, la 5ª edición de la Jornada de Innovación “Alimentación del Futuro”, un encuentro dirigido a profesionales del sector agroalimentario y sectores afines interesados en conocer las últimas tendencias, tecnologías y soluciones que marcarán el futuro de la alimentación.

La jornada tiene como objetivo ofrecer una visión actualizada de los principales retos y oportunidades del sector alimentario, así como presentar estrategias innovadoras para avanzar hacia alimentos y sistemas productivos más sostenibles y saludables. A lo largo del encuentro se abordarán cuestiones clave como el desarrollo de nuevos productos e ingredientes, la valorización de subproductos, la economía circular, las tecnologías emergentes y el papel de la inteligencia artificial como herramienta de innovación.

■ CONFERENCIA INAUGURAL

El programa contará con una conferencia inaugural titulada “La industria alimentaria ante los retos del futuro: una visión europea”, a cargo de Jonás Lázaro, responsable de Políticas en la Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes de la Comisión Europea, DG GROW. En su intervención se analizarán los grandes desafíos de la alimentación del futuro desde una perspectiva europea, considerando aspectos como la sostenibilidad, la salud y el impacto del actual contexto geopolítico en la cadena agroalimentaria.

■ MESAS REDONDAS

La jornada incluirá tres mesas redondas temáticas. La primera, “Diseñando alimentos saludables: proteínas, ingredientes y nuevas soluciones”, abordará las tendencias y desafíos en el desarrollo de alimentos más saludables, poniendo el foco en nuevas proteínas, ingredientes funcionales y soluciones innovadoras. Se analizarán tanto los enfoques tecnológicos como los condicionantes regulatorios y de mercado que influyen en su llegada al consumidor. En ella participarán Natalia Berenguer, embajadora de Vegetales; Laia Badal León, responsable de Innovación de la Fundación Alicia; Fátima Aragonés, responsable de consultoría de Derecho alimentario en AINIA; y Andrés Gómez de Olea, CEO de Natural Fonan. La mesa estará moderada por Maite Navarro, responsable de proyectos de nutrición y salud en la línea industrias alimentarias de AINIA.

La segunda mesa, “Valorización y economía circular: estrategias innovadoras para impulsar la sostenibilidad en el sector alimentario”, se centrará en la relevancia de reducir y valorizar el desperdicio y los subproductos alimentarios, planteando alternativas de transformación en

La tecnología al servicio de la alimentación del futuro

La jornada de AINIA sobre alimentación del futuro pone el foco en IA, tecnología, nuevas proteínas y economía circular



La 5ª edición de la Jornada de Innovación “Alimentación del Futuro” se celebrará el próximo 29 de septiembre. / AINIA

ingredientes o productos de valor para promover una economía circular. Contará con la participación de Bernat Monter, CEO de GrillCo; Rebeca Brocal Ruiz, responsable de Sinyent LAB, Departamento de Innovación – Finca Sinyent de AVA-Asaja; Amparo Devesa Pérez, directora Científica de Calidad, Medioambiente e Investigación en Importaco, Frutos Secos; y Sonia Villanueva, directora de I+D de Matarromera. Moderará la mesa Mariana Valverde, responsable de la Línea Industrias Alimentarias de AINIA.

La tercera mesa, “Tecnologías que impulsan la innovación:

diseño de nuevos productos e ingredientes”, analizará las tecnologías emergentes y habilitadoras que están transformando el diseño y desarrollo de nuevos productos e ingredientes alimentarios, así como su potencial industrial, grado de madurez y aplicación en distintos segmentos del sector.

En esta mesa intervendrán Alejandro González Navech, director de Innovación, I+D, Calidad, Salud y Asuntos Regulatorios en Calidad Pascual; Egoitz Labaca, Sales Manager Spain & Portugal de Hosokawa Alpine AG y GEA. La mesa estará

La jornada tiene como objetivo ofrecer una visión actualizada de los principales retos y oportunidades del sector alimentario

moderada por Ana Torrejón, responsable de Microbiología y Biotecnología Industrial de AINIA.

Además, teniendo en cuenta la importancia que está adquiriendo la inteligencia artificial

en el sector, el programa contará con la ponencia “La IA y la supercomputación como herramientas de innovación en la alimentación funcional del futuro”, a cargo de José Manuel Vilariño, responsable de I+D de Hijos de Rivera, en la que se mostrará cómo la inteligencia artificial se está consolidando como una herramienta clave para mejorar la eficiencia, acelerar el desarrollo de producto e impulsar la sostenibilidad en la industria alimentaria.

■ CASOS DE ÉXITO

El encuentro se completará con un bloque de casos de éxito empresariales, en el que compañías del sector expondrán experiencias reales de innovación y desarrollo de producto, mostrando la aplicación práctica de nuevas tecnologías, ingredientes y estrategias en la industria alimentaria. Participarán Sergio J. Ramos López, director de I+D+i de Naturuel; Albert Puigpinós Colillas, técnico de proyectos I+D de Grupo Carinsa y Alejandro Rodríguez, director técnico en AMEREX.

■ SHOWROOM

Los asistentes podrán visitar un showroom de innovación, en el que se expondrán productos innovadores que ya son casos de éxito o que se lanzarán próximamente al mercado. Asimismo, se habilitarán espacios de networking durante la pausa café y la comida, y se ofrecerá una visita a las instalaciones de AINIA para las personas interesadas.

La jornada cuenta con el patrocinio de Hosokawa Alpine, AMEREX, Clextral y GEA. Además, colaboran como media partners Agrodinario Huelva, Valencia Fruits, Fruit Today Magazine y Retail Actual, que contribuirán a la difusión de este encuentro de referencia para los profesionales de la innovación agroalimentaria.

La inscripción estará abierta hasta el 28 de septiembre.

Más control, más productividad, mejores resultados.

Impulsando la digitalización del sector agroalimentario

Microsoft AI Business Solutions

Soluciones Cloud

Software sectorial

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

¿HABLAMOS?

agrifood.orisha.com

900 909 619

La inteligencia artificial da un nuevo sentido a la digitalización agroalimentaria

Durante años hemos digitalizado procesos, explotaciones y organizaciones. Hoy descubrimos que el mayor valor de ese esfuerzo no era la información almacenada, sino el conocimiento que ahora la inteligencia artificial puede transformar en mejores decisiones

Por MERCEDES IBORRA (*)

Las grandes transformaciones tecnológicas casi nunca empiezan el día en que aparece una nueva tecnología. Empiezan cuando cambia la forma de trabajar de las personas y de las organizaciones. Creo que eso es exactamente lo que está ocurriendo con la inteligencia artificial.

En mi opinión, su mayor impacto no está en las nuevas herramientas que empiezan a formar parte de nuestro día a día. Está en que nos obliga a mirar con otros ojos todo el camino recorrido durante los últimos veinte años de digitalización.

En el sector agroalimentario esa reflexión tiene un significado especial. La inteligencia artificial no llega a un sector que empieza de cero. Llega a un sector que lleva décadas invirtiendo en tecnología, digitalizando explotaciones, conectando procesos y construyendo plataformas para gestionar mejor la producción, la calidad, la trazabilidad, las certificaciones o la relación con agricultores y clientes.

Muchas veces explicamos ese recorrido hablando de software, sensores, cuadernos de campo o imágenes de satélite. Todo eso ha sido importante, pero creo que el verdadero legado de la digitalización ha sido otro.

HEMOS CONSEGUIDO CONSERVAR EL CONOCIMIENTO

Cada campaña ha dejado aprendizajes. Cada estrategia de fertilización, cada ensayo varietal, cada auditoría, cada incidencia climática o fitosanitaria, cada análisis de calidad y cada decisión tomada por un técnico o un productor han ido construyendo un conocimiento que antes permanecía, en gran medida, en la experiencia de las personas.

Ese conocimiento ya forma parte de las organizaciones. Y eso cambia completamente la forma de entender la inteligencia artificial.

Hasta ahora el conocimiento estaba ahí, disponible para quien supiera dónde buscarlo y cómo interpretarlo. Hoy empezamos a ver algo diferente. Ese conocimiento puede participar activamente en el trabajo diario. Puede aportar contexto, recuperar experiencias similares, relacionar información procedente de distintos sistemas y ayudar a comprender una situación antes de tomar una decisión.

Creo que ahí está el verdadero cambio. No porque la inteligencia artificial vaya a decidir por nosotros. Sino porque puede ayudarnos a decidir con mucho más conocimiento del que una sola persona podría manejar.

Pensemos en algunas de las decisiones que más condicionan el futuro de una explotación o de una empresa agroalimentaria. Elegir una nueva variedad, definir una estrategia de fertilización, planificar una inversión, responder a un nuevo requisito de un cliente o valorar el impacto de un episodio climático. Ninguna de esas decisiones depende de un único dato. Todas requieren combinar información técnica, experiencia acumulada, comportamiento histórico, normativa, situación del mercado y conocimiento agronómico.

Hasta ahora ese trabajo dependía, sobre todo, de la experiencia de las personas.

A partir de ahora también podrá apoyarse en el conocimiento que la propia organización ha ido construyendo durante años.

Por eso creo que la siguiente etapa de la digitalización no consiste en desarrollar más aplicaciones. Consiste en conectar capacidades.

Durante mucho tiempo hemos dedicado enormes esfuerzos a integrar datos y aplicaciones. Era necesario. Cada plataforma resolvía un problema diferente y esa especialización ha permitido avanzar muchísimo.

Ahora empezamos a ver otra evolución. Las plataformas ya no sólo intercambian información. También pueden colaborar entre sí. Cada una aporta el conocimiento que mejor domina y la inteligencia artificial es capaz de relacionarlo para construir una respuesta mucho más completa que la que ofrecería cualquier sistema por separado.

Ese cambio nos acerca a una idea que, personalmente, me resulta especialmente interesante: la inteligencia operativa.

INTELIGENCIA OPERATIVA

Entiendo la inteligencia operativa como la capacidad de una



Mercedes Iborra. /VISUALNACERT

organización para aprovechar todo el conocimiento que ya posee y ponerlo al servicio de las personas cuando realmente lo necesitan. No consiste en tener más información. Consiste en que la información adecuada aparezca en el momento adecuado, con el contexto adecuado y ayude a tomar una mejor decisión.

Creo que esa diferencia es mucho más importante de lo que parece.

Durante años hemos digitalizado procesos. Ahora empezamos a digitalizar la experiencia. Y eso abre posibilidades completamente nuevas.

Pensemos, por ejemplo, en el desarrollo de una variedad

vegetal. Su éxito no depende únicamente de la genética. También depende de todo lo que aprendemos después: cómo responde en diferentes zonas de cultivo, qué manejo ofrece mejores resultados, cómo evoluciona su calidad, qué aceptación tiene en el mercado o cómo se comporta durante la postcosecha.

Ese conocimiento suele estar repartido entre obtentores, productores, técnicos, comercializadores y centros de investigación.

La inteligencia operativa permite que todo ese aprendizaje deje de estar disperso y pueda convertirse en un apoyo real para las decisiones futuras.

Lo mismo ocurre con la fertilización, la gestión del agua, la

sanidad vegetal, las certificaciones o la planificación económica. En todos esos ámbitos, la ventaja ya no dependerá únicamente de disponer de información. Dependerá de la capacidad para transformar esa información en conocimiento útil para decidir mejor.

Esa es precisamente la reflexión que nos ha acompañado durante el desarrollo de AgroVRain. Desde el principio entendimos que el reto no era construir un asistente que respondiera preguntas sobre agricultura. El verdadero desafío era desarrollar una inteligencia especializada capaz de trabajar con el conocimiento agronómico de cada organización y hacerlo útil para quienes toman decisiones cada día.

Por eso creo que la ventaja competitiva de los próximos años no estará en utilizar un determinado modelo de inteligencia artificial. Esos modelos seguirán evolucionando y estarán al alcance de todos.

La diferencia la marcarán las organizaciones que mejor conozcan su propio negocio y sean capaces de convertir ese conocimiento en inteligencia operativa.

Si miro hacia atrás, tengo la sensación de que durante muchos años la digitalización nos ayudó a registrar lo que ocurría en nuestras explotaciones y en nuestras empresas.

La inteligencia artificial nos ofrece ahora la oportunidad de que todo ese conocimiento acumulado deje de ser únicamente un registro del pasado y empiece a convertirse en un compañero de trabajo para el futuro.

Y, en mi opinión, esa puede ser una de las mayores oportunidades que ha tenido el sector agroalimentario en mucho tiempo. Merece la pena aprovecharla.

(*) Cofundadora de VisualNACert



Las organizaciones que mejor conozcan su propio negocio y conviertan ese conocimiento en inteligencia operativa marcarán la diferencia. / DEPOSITPHOTOS.COM