



fruit attraction 2025

Edición especial
Septiembre 2025
Núm. 10

fhspain

fh almería fh murcia

Revista especializada en agricultura



Empieza la campaña agrícola en el Sureste español

TONELADAS DE SALUD PARA LOS HOGARES EUROPEOS



NO ES SÓLO
UN LOGO,
SON GRANDES
LOGROS

- +90 TIPOS DE FRUTAS, HORTALIZAS Y VINOS
- 61 SOCIOS COOPERATIVOS
- + 20.000 AGRICULTORES NACIONALES
- PRESENCIA EN 74 PAÍSES
- +1 MILLÓN DE TONELADAS COMERCIALIZADAS ANUALMENTE
- PRODUCTO NACIONAL de temporada
- POR OTRO MEDIO SIGLO CON RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO



- Limitando el ABANDONO de los CAMPOS
- Facilitando el RELEVO GENERACIONAL



5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones entre frutas y verduras

editorial

Protagonismo para las frutas y hortalizas en Madrid

Ha llegado el momento y Fruit Attraction vuelve a dar protagonismo a las frutas y hortalizas por su importancia para la alimentación humana. Van a ser 3 días frenéticos en los que vamos a conocer todo tipo de novedades relacionadas con la oferta que tienen las empresas de todos los vegetales.

La importancia de estos alimentos para el gran público se puso de manifiesto en el año 2020 tras el confinamiento por el COVID-19. Cuando vimos que podían faltarnos estos productos en los lineales de los supermercados saltaron todas las alarmas y ahí percibimos la gran importancia del sector primario para la vida humana. Aquella concienciación obligada se sigue manteniendo hoy y los vegetales, tanto frutas como hortalizas, ocupan un lugar muy determinante en las grandes superficies comerciales, en las tiendas de barrio, en las plazas de abastos y en las tiendas especializadas de fruta y verdura.

A todo esto, hay que añadir que en los últimos años se ha desarrollado una cocina muy a la medida de las frutas y hortalizas que hoy podemos encontrar en el supermercado. Los grandes cocineros de este país han centrado su creatividad en darnos a conocer sabrosos platos creados con productos vegetales, lo cual ha potenciado mucho el consumo de estas verduras.

Por otra parte, hay que indicar que el sector primario en algunos puntos está evolucionando mucho más de lo que nos podíamos imaginar, tal es el caso del sureste español donde las multinacionales de semillas y otro tipo de empresas relacionadas con el cultivo de vegetales están invirtiendo ingentes cantidades de



dinero en investigación para conseguir nuevos productos que satisfagan a los más exquisitos paladares.

La agricultura intensiva en España está muy activa y prueba de ello es esta nueva edición de Fruit Attraction 2025 donde se puede encontrar todo tipo de novedades relacionadas con las frutas y hortalizas.

Otro dato positivo lo podemos obtener Del Estado en el que se encuentra las

relaciones comerciales entre exportadores e importadores. La seguridad alimentaria demostrada en España hace que los importadores tengan centrada su mirada en las producciones hortofrutícolas de nuestro país. El negocio sigue creciendo y es signo evidente de que todo lo relacionado con las frutas y hortalizas va a ir a más. En esta edición de la feria podemos comprobar que es así.

Murcia y Almería repiten en un evento de oportunidades

El sureste español contará con una gran representación de empresas en los 78.000 metros cuadrados, repartidos en diez pabellones, que ocupará este año Fruit Attraction



Imagen de uno de los pabellones de IFEMA. /FHSPAIN



Fruit Attraction 2025 se prepara para acoger a cerca de 2.500 empresas y 120.000 profesionales, y lo hará, además, en la que será su edición más grande de la historia. Con 78.000 metros cuadrados de ocupación, la feria tendrá al tomate español como máximo protagonista, algo que convierte a Murcia y Almería en uno de los grandes atractivos de esta 17ª edición.

La comunidad murciana repetirá así las grandes cifras cosechadas en 2024, superando las 70 empresas venidas desde la Región de Murcia con el objetivo de defender los intereses de la Comunidad a nivel nacional e internacional. Son muchos los profesionales dedicados en Murcia a la producción o comercialización de frutas y hortalizas, y así lo demostrará la gran comitiva que llegará a Madrid durante la feria.

Almería, por su parte, también se ha propuesto seguir rompiendo récords y

serán cerca de un centenar de empresas las que se darán cita en Madrid el próximo 30 de septiembre. Agroiris, Vicasol, Agroponiente o Isabel Alonso, entre otras muchas, ocuparán un stand en Ifema en el que las reuniones serán claves para afianzar el futuro de las relaciones comerciales del sector agro almeriense.

Además, cabe destacar todos aquellos visitantes que prevén acudir a Fruit Attraction durante los tres días en representación de sus empresas, aunque no cuenten con expositores propios. Esto supone una gran oportunidad para establecer nuevos contactos, con lo que se pretende aumentar la ya muy importante presencia del sureste español en el comercio agroalimentario tanto europeo, como mundial.

Momento clave

La presencia de Murcia y Almería en la feria significa una estrategia clave debido al momento que atraviesa la agricultura europea. Y es que Fruit Attraction

2025 será el gran escaparate internacional para las frutas y hortalizas españolas, que sufren en los últimos años la competencia cada vez mayor de países terceros en el ámbito de la Unión Europea y la coyuntura geopolítica actual.

España será así uno de los grandes protagonistas de la potente oferta expositiva y la nueva sectorización en 10 pabellones en la que, en esta edición, se volverá a apostar por la innovación y el conocimiento como pilares clave de su propuesta de valor.

Como ya es habitual, la feria volverá a convertirse en centro de conocimiento en los diferentes foros y se acogerá un completo programa de jornadas técnicas conformado por unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los participantes y ponentes.

En definitiva, una nueva oportunidad para situar a la Región de Murcia y a la provincia de Almería como la verdadera huerta de Europa.

La feria celebra la mayor edición de su historia en 2025

Más de 2.500 empresas expositoras, 75.000 metros cuadrados de oferta comercial así como la asistencia de más de 120.000 profesionales de 150 países hacen que la cita supere cifras de años anteriores



Innovation Hub 2023. /FHSPAIN

□ Jessica Valverde

La edición número 17 de Fruit Attraction cuenta con una potente oferta expositiva en la que participan más de 2.500 empresas. Además, este año cuenta con una nueva sectorización, en 10 pabellones, y su apuesta por la innovación y el conocimiento perduran como pilares clave de su propuesta de valor, siendo esta edición la mayor de su historia.

Las cifras de este 2025 superan las de ediciones anteriores, con 75.000 metros cuadrados de oferta comercial y la asistencia de más de 120.000 profesionales de 150 países, tal y como señalan las previsiones.

En su variada oferta conserva espacios y eventos que son un icono de referencia de Fruit Attraction, un ejemplo es la nueva edición de los Innovation Hub Awards, premios que reconocen las soluciones más innovadoras y sostenibles del sector. Dirigidos a empresas expositoras y co-expositoras, en el que se valoran

proyectos cuya comercialización haya comenzado después del 1 de septiembre de 2024 y que no hayan participado en anteriores ediciones. Contará con tres categorías: Fresh Produce; F&V Industry; y Acciones de sostenibilidad y compromiso y cada una de ellas estará dotada con un premio de 2.000 euros.

También repetirá el espacio 'Factoría Chef', que vuelve a consolidarse como el espacio culinario más dinámico de la feria. Un entorno diseñado para que las empresas del área Fresh Produce puedan mostrar las cualidades gastronómicas de sus productos mediante atractivos showcookings.

El tomate, producto estrella

Con el tomate como producto estrella de esta edición, el programa de actividades girará en torno a su valor nutricional, impacto económico y geopolítica del comercio internacional. Se celebrarán mesas redondas, degustaciones, demostración de cultivos y análisis del mercado, incluyendo el acuerdo UE-Ma-

ruecos y su efecto en la producción comunitaria. También destaca la participación de Malasia y México como países importadores invitados, que se sumará al potente programa de compradores que, con la colaboración del MAPA y del ICEX, invitará a más de 700 compradores de todo el mundo. Además, organizado por el ICEX, se ha celebrado -los días 15, 16 y 17 de septiembre- el World Fresh Forum, los webinarios con expertos y profesionales en comercio centrados en México, Malasia y China.

Por otro lado, Fruit Attraction impulsa Organic Hub Tour, una ruta especialmente señalizada dentro de la feria que dará mayor visibilidad a los productos de certificación ecológica.

Como ya es habitual, la feria volverá a convertirse en centro de conocimiento en los diferentes foros, que acogerán un completo programa de jornadas técnicas conformado por unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los participantes y ponentes.

Agrobío en Fruit Attraction 2025: Leading the natural way

En su stand 9E22 ofrece una experiencia inmersiva que trasciende la exposición técnica: un ecosistema diseñado donde las soluciones biológicas cobran vida

□ fhspain

Más allá del ritmo de la feria, Agrobío propone un espacio para detenerse, observar y reconectar con lo esencial. Una invitación a imaginar la agricultura desde una nueva perspectiva: más natural y más viva. En el Pabellón 9 de IFEMA Madrid, la compañía celebra tres décadas de innovación en control biológico de plagas y polinización natural. Su stand 9E22 ofrece una experiencia inmersiva que trasciende la exposición técnica: un ecosistema diseñado donde las soluciones biológicas cobran vida. Una isla vegetal recrea un hábitat con cultivos y flora autóctona, reflejando las áreas de acción de Agrobío.

“Aquí se observa, se aprende y se redescubre lo que en la naturaleza siempre ha existido: el equilibrio natural”, explican desde marketing. Bajo el lema Leading the natural way, Agrobío reafirma su liderazgo en soluciones sostenibles que impulsan cultivos más sanos y productivos. Fundada en 1995 en Almería, hoy es referente global en colmenas de abejorros, insectos beneficiosos, microbiología aplicada y asesoramiento técnico.

La mirada está puesta en el futuro con tres innovaciones que marcan un nuevo rumbo:

- Control aéreo con drones para liberar



Ninfa de *Orius laevigatus*. / AGROBÍO



Planta de lavanda. / FHSPAIN

insectos contra plagas y reforzar la biodiversidad en campo abierto.

- Auxiliares seleccionados genéticamente, un hito de su I+D para una mayor eficacia y adaptación.
- Nuevos sistemas de cría y nutrición avanzada, que favorecen el establecimiento temprano de insectos beneficiosos.

El equipo técnico y comercial de Agrobío ofrece asesoramiento desde distintos rincones del mundo (España, Europa, Asia, África, Estados Unidos, Canadá y México), reforzando el carácter global de una empresa que apuesta por la sostenibilidad, la transferencia de conocimiento y la agricultura regenerativa como camino hacia un futuro más natural.

agrobío vuela

a la vanguardia del control biológico

ENTREVISTA

María José Sánchez
• Directora de Fruit Attraction

“Fruit Attraction es mucho más que una feria comercial”

María José Sánchez, directora de Fruit Attraction, ha explicado a FHSPAIN en una entrevista la ambición con la que se afronta una feria que este 2025 superará los 78.000 metros cuadrados

□ fhspain

Pregunta: **¿Qué podemos esperar de esta edición?**

Respuesta. - Fruit Attraction 2025 será la edición más ambiciosa hasta la fecha. Vamos a superar los 78.000 m² de superficie expositiva, con la participación de más de 2.350 empresas y la visita prevista de 120.000 profesionales de 150 países. Estamos trabajando en una experiencia ferial más segmentada y eficiente, como demuestra la nueva distribución de los 10 pabellones, pensada para favorecer el recorrido profesional. Además, iniciativas como el producto estrella, en este caso el tomate, el impulso del Organic Hub Tour o los Premios al Mejor Stand nos permiten poner el foco en valores que hoy son esenciales.

P. – ¿Es cada vez más difícil convencer y sorprender a todos sus visitantes?

R. - Es un reto creciente, pero también un estímulo. El nivel de exigencia es muy alto, y eso nos obliga a innovar cada año. Lo conseguimos con propuestas que aportan valor real: el Innovation Hub como escaparate de innovación, el Programa de Compradores Internacionales que atrae a más de 700 profesionales estratégicos, o la incorporación de expositores de nuevos países que refuerzan el carácter global. Sorprender no significa solo mostrar novedades, sino también ofrecer soluciones y abrir puertas de negocio.

P. – ¿Qué cree que le aporta ese valor especial a Fruit Attraction?

R. - Nuestro valor diferencial es que somos mucho más que una feria comercial. Fruit Attraction es un ecosistema donde confluyen innovación, negocio, sostenibilidad y conocimiento. Madrid, además, nos ofrece un punto estratégico de conexión entre Europa, Latinoamérica, África y Asia. Esa combinación de plataforma de negocio y espacio de encuentro internacional es lo que nos hace especiales.



P. – ¿Cómo observa el sector agro ahora? ¿Qué se diferencia del resto?

R. - El sector español es un referente global por su calidad, seguridad alimentaria y capacidad logística. Frente a otros países competidores, nos distingue un modelo productivo muy profesionalizado, una cadena de valor integrada y una apuesta constante por la innovación tecnológica y la sostenibilidad. Todo ello nos sitúa en una posición de liderazgo que Fruit Attraction ayuda a proyectar al resto del mundo.

P. - ¿Cuáles son los siguientes pasos que debe dar la agricultura en España? ¿Qué retos debe afrontar?

R. - La agricultura española debe afrontar retos clave: garantizar una competencia leal frente a terceros países, aliviar la presión de

costes y la falta de mano de obra, asegurar herramientas productivas como los fitosanitarios y avanzar en sostenibilidad sin perder competitividad. Con inversión, innovación y un marco regulatorio equilibrado podremos mantener nuestro liderazgo.

P. - ¿Y en Fruit Attraction? ¿Qué retos se plantean a futuro?

R. - Nuestro objetivo fundamental es que los participantes vean cumplidas sus expectativas empresariales. Nuestro reto es seguir siendo capaces de ofrecer una herramienta comercial rentable, continuar ampliando el espectro internacional de su convocatoria y que Fruit Attraction sea el espacio para el futuro, las tendencias, etc. Y para ello, debemos seguir dando respuesta a las necesidades del sector.

INDUSER refuerza su estructura comercial y consolida su crecimiento internacional

Este impulso tiene como objetivo responder a un mercado cada vez más global y competitivo sin perder de vista sus raíces: España, país cuna de la empresa que sigue siendo un mercado prioritario



INDUSER, empresa líder en el mundo en el diseño y fabricación de líneas de envasado, continúa consolidando su crecimiento tanto nacional como internacionalmente, haciendo especialmente hincapié en regiones estratégicas en la producción hortofrutícola como Murcia, Valencia, Extremadura y Cataluña, entre otras.

El fortalecimiento del equipo comercial tiene un doble objetivo: consolidar la relación con sus clientes nacionales, motor de la innovación de INDUSER, y potenciar su expansión internacional. Esta estrategia les permite combinar la experiencia de trabajar junto con productores locales y la proyección de soluciones



Equipo comercial de INDUSER. /FHSPAIN

avanzadas en mercados como Portugal y Perú, donde se acaba de instalar una pesadora Grueso/Fino de 12 cabezales.

Desde sus inicios en Almería, la compañía ha buscado ir más allá de la fabricación de maquinaria, posicionándose como un socio estratégico para sus clientes. Cada línea de envasado combina precisión en el pesaje, automatización eficiente y cuidado del producto fresco, mejorando la

competitividad de los productores en un mercado exigente. Hoy, con más de dos décadas de trayectoria, INDUSER reafirma su puesta por la innovación y el crecimiento compartido. La empresa afronta el futuro con ambición, convencida de que el equilibrio entre lo local y lo global es clave para transformar los desafíos de la industria hortofrutícola en oportunidades sostenibles para sus clientes y la sociedad.



¡Nos vemos ahí!
Pabellón 9
Stand D25

PESADORA GRUESO FINO

Complementamos nuestra gama de pesadoras con esta nueva máquina que es sinónimo de delicadeza y competitividad en el proceso de envasado automático.

Disponible en cuatro versiones:
4, 8, 12 y 16 cabezales.



Escanea el código y descarga la ficha técnica.



INGENIO PARA
EL ENVASADO

induser.es



Grape Attraction repasa el estado de la uva de mesa

El congreso internacional de uva de mesa sin semilla se celebrará el 30 de septiembre en el Fruit Forum- Núcleo, pabellones 1-3, de 10:30 a 13:00 horas

□ **Francisco Lirola**

Repasar el pasado, presente y futuro de la uva de mesa. Esa es la intención de la octava edición de Grape Attraction, el congreso internacional de uva de mesa sin semilla, organizado por Apoexpa y Fruit Attraction.

Estas jornadas reunirán los protagonistas más importantes del mundo de la uva (productores, importadores, exportadores, obtentores, distribuidores, proveedores y expertos de la industria) para hablar sobre como incrementar el consumo de uva sin semilla en todos los aspectos el 30 de septiembre en el Fruit Forum- Núcleo, pabellones 1-3, de 10:30 a 13:00 horas. “Escucharemos y aprenderemos con todos los profesionales del sector”.

La actual campaña de uva de mesa en España arrancó el pasado mes de julio, dando la Región de Murcia el pisto-



Racimo de uvas en la parra. /FHSPAIN

letazo de salida. De acuerdo a estimaciones de Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (FEPEX), se esperan alcanzar las 320.000 toneladas.

España es uno de los principales productores de uva de mesa de la UE, tras Italia que tiene una producción estimada de un millón de toneladas y delante de Grecia, con una producción en 2024 de 273.000 toneladas.

Los Foros de Comercio Ético promueven mejores prácticas en el sector

□ **F. L. V.**

Los Foros de Comercio Ético (FCE) participarán en Fruit Attraction 2025. “En esta ocasión, por primera vez contaremos con un stand propio” explican, “donde daremos a conocer nuestras iniciativas, promoveremos el diálogo con los asistentes, y reforzaremos nuestra red de contactos”.

Además del stand, también contarán con un espacio en Fruit Next 5 (Pabellón 5), el martes 30 de septiembre a las 10.30 horas.

“Utilizaremos este espacio para presentar la iniciativa Foros de Comercio Ético, compartiremos nuestra misión, los principales proyectos colaborativos, las herramientas que utilizamos, y las actividades que desarrollamos para contribuir al bienestar de los trabajadores y de sus familias, y a la sostenibilidad social, económica y ambiental” del sector agroalimentario español. “También comunicaremos cómo funciona la Asociación Foros de Comercio Ético (AFCE), y qué beneficios reporta para las organizaciones ser miembros de la asociación”.



Toyota y Cerys, del Grupo Almafrut, impulsan la automatización logística en el sector agroalimentario



Toyota Material Handling España mantiene un firme compromiso con la mejora continua, tanto en el desarrollo de sus soluciones como en la relación con los distintos actores que colaboran en su actividad diaria. En este sentido, la compañía ha respaldado la jornada formativa promovida por Cerys (del Grupo Almafrut), su concesionario oficial en Almería y en la Costa de Granada, y con el que mantiene una sólida alianza desde hace casi 20 años. Una propuesta organizada en el entorno logístico del Grupo Almafrut en la que se identificaron y abordaron las particularidades y necesidades específicas relativas a la gestión y manipulación de mercancías de los productores locales.

El conocimiento del entorno local por parte de Cerys, especializado en maquinaria para instalaciones hortofrutícolas, fue clave para el éxito del encuentro que reunió a más de 100 clientes de Toyota Material Handling España pertenecientes al sector agroalimentario.

Las intervenciones se centraron en la automatización del movimiento de palets en centros de manipulado y confección, por lo que se abordaron puntos críticos comunes detectados en las operaciones de recepción, expedición, gestión de almacenes y finales de línea de producción



Representantes de Toyota y Cerys durante las presentaciones. /FHSPAIN

que limitaban la eficiencia, evidenciando la necesidad de eliminar tareas que no aportan valor. A partir de este análisis, los expertos aportaron una mirada estratégica y aplicada sobre el papel de cómo integrar la automatización en los procesos agroalimentarios mejoraría la productividad. Y, para ilustrarlo, se expuso el apilador automatizado y eléctrico de litio SAE mostrándose así, el potencial de estas soluciones tecnológicas en entornos reales.

El encuentro también abordó los desafíos más relevantes del sector, incluyendo el absentismo laboral, la falta de personal cualificado, las dificultades en la preparación de pedidos, los costes energéticos y las barreras para escalar operaciones, así como retos específicos de la industria agroalimentaria, como la trazabilidad, seguridad alimentaria, gestión de

perecederos o cadena de frío. “La jornada superó nuestras expectativas. Las empresas comenzaron a cuestionarse sus procesos actuales y a reconocer la automatización como un paso clave para avanzar, mostrando un especial interés por la adopción de tecnologías avanzadas, como vehículos autoguiados (AGV) y sistemas inteligentes, que facilitan la optimización de recursos, elevan la productividad y permiten que el talento humano se centre en tareas de mayor valor añadido”, señala Miguel Torres, responsable de Área de Toyota Material Handling España, quien además añade que, “en un sector donde se mueven cientos de toneladas cada día, detenerse a reflexionar sobre cómo mejorar es tan necesario como actuar”, por lo que felicita a Cerys por desarrollar este enriquecedor evento.

El especialista en envases y maquinaria

Cajas de cartón, Flowpack, cestas PET y PP, malla, celulosa, vasos, alveolos...

El mejor de los productos de nuestra tierra merece un envase a su altura. Nuestra misión es ofrecer las mejores opciones del mercado y el servicio más completo para que su producto y estocaje estén en perfectas condiciones.

Diseminado Almafrut 801 N-340, km. 422 · 04738 VÍCAR - Almería · 950 55 34 00 · almafrut.com



Los Innovation Hub Awards volverán a premiar la innovación

Los premios están dirigidos a aquellas empresas expositoras y co-expositoras que presenten el mejor proyecto que gire en torno a la innovación, la sostenibilidad, tecnología aplicada y conocimiento



Espacio dedicado a los candidatos a lograr los premios Innovation Hub. /FHSPAIN



Un año más, Fruit Attraction ha convocado una nueva edición de los cada vez más valorados Innovation Hub Awards. Unos premios a la innovación y el emprendimiento en el sector hortofrutícola que están dirigidos a aquellas empresas expositoras y co-expositoras que presenten el mejor proyecto, producto o servicio, siempre valorando los criterios de innovación, sostenibilidad, tecnología aplicada y conocimiento.

Todas aquellas empresas participantes en Fruit Attraction 2025 interesadas en participar, pudieron presentar su candidatura hasta el día 27 de agosto, por lo que la suerte está echada y, durante la feria, se conocerán a los ganadores. Sin embargo, también había requisitos que cumplir y tener en cuenta, como que debían tratarse

de productos, soluciones tecnológicas o servicios para la industria hortofrutícola cuya comercialización comenzara después del 1 de septiembre de 2024, y que no hayan participado en ediciones anteriores del premio.

Así, cabe destacar que los Innovation Hub Awards, que se han convertido en un acontecimiento fundamental para el apoyo a la apuesta emprendedora empresarial del sector, volverá a contar con sus habituales categorías Fresh Produce; F&V Industry; y Acciones de sostenibilidad y compromiso; con una dotación económica de 2.000 euros cada una.

Todas las candidaturas presentadas que cumplan los requisitos expondrán sus productos en el área Innovation Hub de Fruit Attraction, un espacio de exposición de productos innovadores que estará ubicado dentro de la feria durante los 3 días y que se pretende convertir en uno de los

epicentros agroalimentarios de la capital española.

Ya en la última edición de Fruit Attraction, donde se otorgaron los premios a la empresa Rijk Zwaan Iberica, en la categoría Fresh Produce; a Agerpix Technologie, en Industria auxiliar; y a Talleres Daumar, en la categoría Acciones de sostenibilidad y compromiso; se cosechó un gran éxito, por lo que este año se espera que sean cada vez más los interesados en estos premios.

En definitiva, una nueva fortaleza de Fruit Attraction, que organizada por IFEMA MADRID y FEPEX, celebrará su 17ª edición del 30 de septiembre al 2 de octubre, esperando unas cifras de participación que se sitúan por encima de las 2.500 empresas, 75.000 metros cuadrados de oferta hortofrutícola y una asistencia de más de 120.000 profesionales de 150 países.

Harmoniz Ibérica, un partner de confianza para toda la cadena

La casa de semillas trabaja codo a codo con cada eslabón, desde el productor al consumidor final, con el objetivo de impulsar la demanda de alimentos sanos, sabrosos y de alta calidad



Impulsar la demanda de alimentos sanos, sabrosos y de alta calidad. Este es el objetivo de Harmoniz, especialista en tomate y que irrumpió en el mercado del pimiento California hace dos campañas. Para lograrlo, y según explica Mauricio Fernández, director general de Harmoniz Ibérica, “concebimos el desarrollo varietal como un proceso que conecta al productor, la distribución y al consumidor”.

Este proceso, parte de “una comprensión profunda de los hábitos de compra y expectativas del consumidor”, que se integran con las necesidades agronómicas y comerciales.

Gracias a esta estrategia, la compañía se ha posicionado como un “partner de confianza para toda la cadena de valor” en tomate y avanza con firmeza en el cultivo de pimiento California, al que han transferido toda la experiencia interdisciplinar adquirida en tomate.

Harmoniz ha puesto el foco en el tipo California, mayoritario en Almería, y de hecho, hace dos campañas introdujo en el campo sus primeras variedades: Bernabel (rojo) y Bonáyar (amarillo), ambos para ciclo tardío.

En un segmento de mercado tan competitivo, “nos diferenciamos en dos aspectos clave”, afirma Fernández. El pri-



Mauricio Fernández, dtor. de Harmoniz Ibérica.

mero, la rentabilidad agronómica para el agricultor que ofrecen ambas variedades, gracias a estructuras de planta abiertas y menos vegetativas, que contribuyen a reducir costes y minimizar el impacto de plagas como el Thrips parvispinus.

En segundo lugar, ofrecen un producto con una calidad constante, valorada por distribuidores y comercializadores, con frutos firmes, de color uniforme y una excelente presentación en el lineal.

“Priorizamos variedades de pimiento que combinen excelencia visual y organoléptica”, explica Fernández, quien añade: “Buscamos frutos de color uniforme y brillante, forma regular y textura firme, capaces de transmitir frescura y valor desde el primer vistazo en el lineal”.

Diversificación para el consumidor

Harmoniz continúa reforzando su posicionamiento en pimiento y, actualmente, trabaja en dos líneas. Por un lado, el desarrollo de nuevas variedades que complementen a Bernabel y Bonáyar en ciclo tardío y, por otro lado, y fruto del posicionamiento del consumidor en el centro de su estrategia, la obtención de “especialidades únicas”.

En este sentido, “el consumidor muestra una creciente curiosidad por formatos y colores distintos al tradicional California rojo”, una tendencia que “abre oportunidades para ampliar la categoría con productos diferenciados, siempre respaldados por programas de suministro consistentes”.

I CALIFORNIA TARDÍO



Bernabel & Bonáyar



PRODUCCIÓN, UNIFORMIDAD Y CALIDAD.

Convocado el XV Premio APAE de periodismo agroalimentario

Al igual que en anteriores convocatorias, esta edición contará con cuatro categorías, en cada una de ellas el premiado será obsequiado con 1.000 euros

□ Jessica Valverde

Una de las convocatorias más significativas dentro de Fruit Attraction es la correspondiente a la asociación de periodistas agroalimentarios de España, que este año celebran el XV Premio APAE de periodismo agroalimentario.

La nueva edición mantiene las directrices de las anteriores, con cuatro categorías: una general, otra de Frutas y Hortalizas, de Innovación y de Sostenibilidad Agroalimentaria.

Así, la categoría general recoge textos con temática que verse sobre la producción (agricultura, ganadería, pesca, insu- mos...), la industria, el transporte o la distribución alimentaria.

En cuanto a la categoría Frutas y Hortalizas, busca el mejor artículo con temática específica de frutas u hortalizas.

La categoría Innovación han podido optar artículos o reportajes periodísticos cuya temática gire en torno a la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector agroalimentario.

Y finalmente la categoría Sostenibilidad Agroalimentaria recoge los trabajos que deberán tener como tema la sostenibilidad dentro del sector agroalimentario, desde el punto de vista económico, social y/o medioambiental.

Cabe mencionar que cada categoría cuenta con un premio para el ganador de 1.000 euros. A este premio se han podido presentar, a título personal, los periodistas que desarrollan su actividad profesional en medios españoles. Se podía presentar un único trabajo periodístico, columna, artículo, crónica, entrevista, reportaje, etc. por persona, difundido en español y que haya sido publicado en cualquier medio de comunicación español entre el 1 de septiembre de 2024 y el 24 de agosto de 2025.

Los premios periodísticos de APAE cuentan con los patrocinios de la feria Fruit Attraction (premio de la categoría



Persona escribiendo en ordenador. /FHSPAIN

“Frutas y Hortalizas”), Corteva Agriscience (premio de la categoría “Innovación”) y Cajamar (premio de la categoría “Sostenibilidad Agroalimentaria”) así como con la colaboración de la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX).

Últimos ganadores

En la anterior edición, Miguel Ángel Mainar resultó vencedor en la Categoría “General” por el artículo Diálogo y filosofía para los problemas del campo.

En la categoría “Frutas y Hortalizas”, patrocinada por Fruit Attraction, el jurado

decidió otorgar el premio a Alicia Lozano, autora del artículo Una mancha verde en este entorno negro. El trabajo ganador en la categoría “Innovación”, patrocinada por Corteva fue La UE revive la batalla por la modificación genética de los alimentos escrito por las periodistas Patricia Biosca e Isabel Miranda.

Y en la categoría Sostenibilidad Agroalimentaria, que cuenta con el patrocinio de Cajamar, el trabajo ganador fue el reportaje titulado TIC4BIO, mezclando el agua y el aceite, del periodista Javier Bolaños.

La entrega de premios tendrá lugar durante el transcurso de Fruit Attraction.

Nueva campaña, imagen y web: Grupo Ecoinver acelera su crecimiento



Grupo Ecoinver comienza la nueva campaña con entusiasmo y con importantes novedades que consolidan su posición en el sector hortofrutícola internacional.

El grupo, dedicado a la producción y exportación de hortalizas tanto convencionales como ecológicas, cerró la pasada campaña con una facturación superior a los 80 millones de euros, cifra que integra los resultados de sus dos exportadoras, Ecoinver Export y Ecoinver Bio, así como la actividad de comercialización de la entidad productora de hortalizas Duniagro S.A.T, con la que se ha establecido una relación comercial estratégica la última campaña.

Nueva imagen corporativa

Una de las grandes apuestas de Grupo Ecoinver ha sido la renovación de su identidad corporativa, que une bajo un mismo paraguas a sus empresas productoras y exportadoras. Con el lema ‘Gente única para productos únicos’, el grupo refuerza su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y el trabajo en equipo, valores que impulsan su proyección internacional.

Ecoinver Bio estrena web

Dentro de estas novedades, destaca también el lanzamiento de la nueva página web de Ecoinver Bio, la compañía más joven del grupo, fundada en 2022 y especializada en productos ecológicos y biodinámicos.



El nuevo portal digital refleja la apuesta por la transparencia, la cercanía y la innovación, ofreciendo a clientes y consumidores un acceso más ágil a la información sobre su portfolio de productos.

Crecimiento y expansión internacional

Consolidada en mercados europeos y con una estrategia de expansión continua, Grupo Ecoinver afronta esta campaña con el objetivo de seguir diversificando su oferta —que recientemente incorporó el melón amarillo— y reforzar su presencia en destinos estratégicos.

“Estamos muy orgullosos de comenzar una nueva campaña con la fuerza que nos da el trabajo conjunto y el apoyo de nuestros equipos, agricultores y clientes.

La nueva imagen de grupo, la web de Ecoinver Bio y los buenos resultados económicos son un impulso para seguir creciendo con responsabilidad y compromiso”, señala Ismael Segura, gerente de Ecoinver Export.

Compromiso con el entorno

Además de su crecimiento empresarial, Grupo Ecoinver mantiene su compromiso con el desarrollo social y cultural del entorno, colaborando con asociaciones locales y apoyando iniciativas deportivas y culturales en la provincia.

Con estas bases, Grupo Ecoinver encara un futuro prometedor, reafirmando como referente en la producción y exportación de hortalizas de calidad, tanto convencionales como ecológicas.



**GRUPO
ECOINVER®**
Gente única para productos únicos

Nueva imagen
New image

para un gran
for a great

EQUIPO
team

STAND 9C09A
PABELLÓN 9



Fresh Food Logistic, los profesionales del transporte y la logística en un mismo espacio



□ Elena Sánchez

La feria de Madrid, Fruit Attraction, es un evento en el que todos los agentes del sector agroalimentario se dan cita para conocer las novedades que presenta cada una de las empresas que trabajan por cumplir con las necesidades de mercados y consumidores.

En el caso del sector del transporte y la logística, reunirse con diferentes países con los que llegar a un acuerdo para llevar los productos hasta sus clientes es fundamental, así como también para planificar una campaña que se espera muy fuerte en cuanto a niveles de producción y consumo.

Un año más, Fruit Attraction da a conocer su espacio Fresh Food Logistic, el punto de encuentro comercial para todos los profesionales del transporte y logística de frío de la cadena de aprovisionamiento de perecederos, que

en esta ocasión estará ubicado en el pabellón 4 de IFEMA.

Sectores que se dan cita

Son numerosos los sectores que se dan cita en esta edición de Fruit Attraction y que tienen que ver con la logística y el transporte. Entre ellos destacan el sector de la climatización e instalaciones para conservación y almacenamiento; el de contenedores frigoríficos, isotérmicos y refrigerados; el sector de sistemas de procesamiento, manipulado y packaging para fresh food Servicios y operadores logísticos para la cadena de frío en alimentación; el de sistemas control de temperatura; o el sector de transporte refrigerado y equipos de frío (tierra, mar, aire. Larga y corta distancia). Igualmente, también se pueden dar cita en estos tres días de feria profesionales de otros sectores como el de tecnologías y automatización para la cadena de frío; de equipos y sistemas para el

control de calidad; de instalaciones frigoríficas, equipamiento de refrigeración y control de temperatura para retail o el sector de soluciones de transporte para food delivery y “food e-commerce”.

Innova & Tech

El espacio impulsor de la innovación, Innova & Tech, reunirá también en la feria Fruit Attraction, en el pabellón 5, a todas aquellas empresas de innovación, investigación y desarrollo tecnológico, biotecnología y digitalización, que son los dos grandes grupos/vectores de transformación hacia una agricultura inteligente y de precisión. Las empresas que se darán cita aquí están relacionadas con los sectores de automatización; robotización; IOT; biotecnología aplicada a la agrobiología/biotecnología vegetal; bioinsumos; control biológico; herramientas de mejora genética; plantas biofactoría, etc...

Bejo presenta nuevas variedades en la feria siendo un referente

Desde el pabellón 9, stand 9C29 en IFEMA, la casa de semillas española mostrará su liderazgo en genética e innovación hortofrutícola a miles de personas interesadas en las últimas novedades en semillas

□ fhSpain

Bejo avanza en su compromiso con la innovación genética y la sostenibilidad, presentando variedades que responden a las demandas actuales del mercado y del agricultor. En su decimosexta participación, la casa de semillas pone el foco en su surtido de lechugas, destacando la Iceberg, la Little Gem y la Romana Cologne, todas ellas con avances clave en resistencia a Fusarium, una de las principales preocupaciones del cultivo.

El segmento de cultivos de fruto también será protagonista con novedades como el pepino español Albox, y el francés Pombal,



De izquierda a derecha, el pepino español Albox, el apio Fandango y la cebolla Red Clay.

además de otras variedades que siguen demostrando su rendimiento y calidad como las zanahorias Narita y Nagoya, la Col de Milán Mariposa, la cebolla Red Clay y Red Angel y el apio Fandango. También presenta-

rá herramientas como la fórmula potenciadora B-Mox®, la innovadora semilla NCC, y el formato encrustado, pensados para mejorar la eficiencia del agricultor y optimizar el uso de recursos naturales.



Exploring nature never stops

ESPECIALISTAS EN TU CULTIVO

Conoce nuestras últimas novedades en Fruit Attraction, del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025.

Encuétranos en el pabellón 9, stand 9C29.



Anecoop, 50 años comprometidos con el cooperativismo agroalimentario

 fhspain

Anecoop, los más de 20.000 agricultores a los que representa y sus 61 cooperativas y empresas socias están de Aniversario. Cinco décadas en las que se ha consolidado como modelo del cooperativismo agroalimentario español. Medio siglo que celebra reafirmando su posicionamiento como operador de referencia en el sector hortofrutícola en Europa.

Un éxito que es el de todas las personas que a lo largo de 50 años han formado parte de esta gran familia. Su fundación se remonta a 1975 cuando un grupo de cooperativas cítricas de la Comunidad Valenciana se unió para ampliar su oferta, avanzar en internacionalización y mejorar sus posibilidades de negociación ante la Gran Distribución. Nace así un proyecto disruptivo para aquella época: Anecoop.

Juntos y guiados por los principios y valores cooperativos, su esfuerzo, compromiso, dedicación y capacidad para evolucionar e innovar atendiendo a las necesidades de los mercados, conforman la base sobre la que se sustenta esta gran entidad. Y todo ello, con el foco en la protección del medio rural y la actividad agrícola, fuente de suministro de alimentos para toda la sociedad.

En la actualidad, los agricultores a los que representa cultivan más de 61.000 hectáreas repartidas por toda la geografía española, concretamente en 13 provincias (Valencia, Castellón Alicante, Murcia, Almería, Cádiz, Sevilla, Huelva, Ciudad Real, Segovia, Valladolid, Navarra y Lleida). Su oferta, formada por cítricos, frutas, hortalizas, vinos, flores, V Gama y zumos, goza de gran reconocimiento internacional, avalado por su presencia en un total de 74 países.

Con más de 90 productos en cartera, las fortalezas de Anecoop residen en su red de suministro, que le permite disponer de una oferta homogénea en términos de disponibilidad, volumen y calendario y en su estructura comercial y logística, con cinco delegaciones en España, doce filiales internacionales y dos plataformas logísticas,



Stand del Grupo Anecoop en Fruit Attraction 2024. /FHSPAIN

que la capacita para dar una respuesta ágil y eficiente a sus clientes, configurando la que posiblemente es la mayor red comercial hortofrutícola en Europa.

Precisamente, algunos de los hitos que marcan la historia de Anecoop se concretan en la puesta en marcha de su primera filial en Francia, a la que siguieron otras que configuraron lo que hoy es el Grupo Anecoop, una red comercial y logística con presencia en nueve países; o en el lanzamiento de productos tan emblemáticos como la sandía sin pepitas Bouquet y el kaki Persimon.

El enfoque estratégico en torno a la creación de valor desde la innovación es seña de identidad de Anecoop. No solo en lo que refiere al producto, con dos centros de I+D+iT, sino también en la gestión del negocio.

Anecoop es también pionera en sostenibilidad. En la década de los 90 elabora el reglamento naturane que ya contemplaba criterios ESG que sus socios tenían que cumplir para obtener esta exigente certificación. Un sistema de producción integrada que fue el primero en ser homologado por GLOBALG.A.P (entonces EUREPGAP) a principios de los años 2000.

Un compromiso reforzado con la puesta en marcha, de la mano de Kiwa I+D+i, del Observatorio de Sostenibilidad de Ane-

coop, cuya presentación tuvo lugar en el marco de Fruit Attraction 2023. Una ambiciosa iniciativa que permite a sus socios medir de forma precisa su impacto, adaptarse a la normativa y tomar mejores decisiones en esta materia, mejorando la eficiencia, la competitividad y el valor social y ambiental del sector.

La hoja de ruta de Anecoop, trazada en su Plan Estratégico, contempla la adaptación a los avances en las nuevas tecnologías, al cambio climático y a los nuevos marcos normativos; la lucha contra las plagas, el fomento del relevo generacional que tanto ocupa y preocupa al sector y la puesta en valor de la producción agrícola frente al consumidor.

Y sigue animando a sus socios a avanzar en el que es uno de sus objetivos fundacionales: la formalización de procesos de integración e intercooperación, generando alianzas que son clave para la viabilidad de la agricultura en el futuro, porque como señala uno de los lemas del cooperativismo “juntos somos más fuertes”.

Hoy celebra este 50 Aniversario con el reto de transformar todos estos desafíos en oportunidades para seguir avanzando en competitividad y posicionamiento internacional, mejorando la rentabilidad de sus agricultores, que han sido, son y serán la razón de ser de Anecoop.

Panoramix inicia su primera campaña comercial con el respaldo de agricultores y cooperativas en Almería y la costa de Granada

El tomate pera de exportación de CapGen Seeds se incorpora a los programas de producción de las principales cooperativas hortofrutícolas y comienza a llegar al consumidor final en España y Europa



Coincidiendo con la celebración de Fruit Attraction, CapGen Seeds anuncia el inicio de la primera campaña comercial de Panoramix, su nuevo tomate pera de exportación. La variedad, fruto de un proceso de investigación y mejora genética desarrollado durante los últimos años, ha logrado ganarse un lugar en el campo del sureste español con presencia destacada en explotaciones de Almería y la costa de Granada.

Uniformidad y fiabilidad en cada ramo

Panoramix sobresale por la uniformidad de sus ramos, que mantienen un desarrollo equilibrado desde el inicio del ciclo hasta las últimas fases. Esta característica asegura que cada cosecha presente frutos homogéneos en tamaño (100–110 g), color rojo intenso y firmeza, factores que generan confianza en cooperativas, cadenas comerciales y consumidor final.

En este primer año comercial, Panoramix ha dado un paso clave al ser incluido en los programas de producción de las principales cooperativas hortofrutícolas. Este reconocimiento supone un aval muy relevante, ya que garantiza que la variedad



cumple con los requisitos técnicos y de calidad necesarios para los mercados de exportación.

Variedad orientada a exportación

Con una resistencia intermedia frente al virus del rugoso (ToBRFV) y una larga vida poscosecha, Panoramix responde a las exigencias del mercado internacional, donde la conservación y la presentación del fruto son determinantes. Su planta de vigor medio-alto y porte abierto facilita las labores de cultivo y ofrece estabilidad productiva durante todo el ciclo.

“Panoramix representa la apuesta de CapGen Seeds por ofrecer soluciones propias a los retos actuales del campo. Que ya forme parte de los programas de cooperativas y agricultores es un paso muy impor-



tante, y nuestro objetivo ahora es consolidar esa confianza campaña tras campaña”, afirma Rafael Cremades, Managing Director de CapGen Seeds.

Además de Panoramix, CapGen Seeds trabaja en nuevas líneas de investigación que verán la luz próximamente: un pepino tipo holandés en fase avanzada de desarrollo, con resistencias adaptadas a las demandas actuales del mercado, y nuevas variedades de pimiento California con resistencias a Lt y nemátodos, cuya presentación está prevista para esta campaña.

Con estas innovaciones, CapGen Seeds reafirma su compromiso con la investigación propia y la mejora genética, ofreciendo variedades que aportan valor añadido tanto al agricultor como al mercado.

PANORAMIX^{F1}

¡LA FÓRMULA PERFECTA CONTRA EL RUGOSO!



Limonica, el ácaro depredador de Koppert que lidera el control biológico de trips y mosca blanca

Su alta fecundidad y su capacidad para depredar múltiples etapas de desarrollo de sus presas lo convierten en el ácaro más versátil del mercado

fhspain

Los trips siguen siendo uno de los desafíos más importantes en los cultivos de invernadero. Especies emergentes como *Thrips parvispinus* y *Scirtothrips dorsalis*, junto con otras ya establecidas como *Frankliniella occidentalis* o *Thrips tabaci*, continúan causando daños y propagando virus. A medida que el control químico se vuelve menos viable, las soluciones biológicas, como los ácaros depredadores, están cobrando protagonismo y son cada vez más reclamadas por los productores.

El ácaro depredador *Amblydromalus limonicus*, comercializado por Koppert con el nombre Limonica, ha cambiado definitivamente las reglas del juego del control biológico de plagas en cultivos de invernadero. Lo que distingue a *A. limonicus* es su capacidad para atacar múltiples etapas de desarrollo de sus presas. A diferencia de muchos ácaros depredadores que se alimentan principalmente de las primeras etapas larvares, *A. limonicus* es capaz además de depredar larvas de trips en su segundo estadio (L2), una etapa típicamente más móvil y difícil de controlar. Esta ventana de depredación ampliada aumenta su eficacia para reducir las poblaciones de plagas antes de que alcancen la madurez reproductiva. Además de los trips, *A. limonicus* también se alimenta de huevos y larvas de mosca blanca, lo que lo convierte en una opción versátil en escenarios de plagas mixtas. Su capacidad para adaptarse a diferentes tipos de presas sin comprometer la eficiencia de la depredación es una ventaja clave en entornos dinámicos de invernadero.

Otra característica distintiva de *A. limonicus* es su excepcional capacidad reproductiva. En condiciones óptimas, produce más descendencia que muchos otros



Diseño del expositor de Koppert para Fruit Attraction 2025.



Ambiente en el stand de Koppert durante la edición de 2024.

ácaros depredadores utilizados comercialmente. Esta alta fecundidad se traduce en un crecimiento más rápido de la población, lo que es crucial para establecer un control temprano en los brotes de plagas.

Además, *A. limonicus* presenta una de las tasas de depredación más altas entre los ácaros fitoseidos. Esto significa que no solo se reproduce rápidamente, sino que cada individuo consume más presas, lo que aumenta su impacto global en la supresión de plagas.

Rendimiento a temperaturas bajas

Muchos cultivos, como los ornamentales, comienzan sus ciclos de crecimiento en los meses más fríos. La tolerancia a la temperatura suele ser un factor limitante en el uso de agentes de control biológico. Curio-

samente, *A. limonicus* mantiene su eficacia a temperaturas relativamente bajas en comparación con otros ácaros depredadores. Estudios comparativos han demostrado que, a temperaturas por debajo de 14°C, Limonica supera a otros ácaros depredadores tanto en capacidad de puesta de huevos como en tasas de depredación.

“Lo que distingue a Limonica es su capacidad para establecerse rápidamente y atacar tanto a las larvas de trips de primer como de segundo estadio, incluso cuando las temperaturas son más bajas”, explica Sara Bouagga, investigadora de Koppert España. “Hemos observado que prospera especialmente bien entre 20 y 25 °C, con un aumento de la puesta de huevos y la actividad alimentaria, pero lo que realmente diferencia a Limonica de otros ácaros depreda-

dores es que sigue siendo eficaz incluso cuando las temperaturas bajan o suben por encima de ese rango”, según Bouagga.

Máxima calidad a gran escala

La producción de *A. limonicus* a gran escala entraña grandes dificultades. El departamento de Producción de Koppert ha tenido que superar numerosos retos técnicos, tanto para estandarizar el método de cría en sí, como para ampliar la producción a volúmenes comerciales durante los periodos de máxima actividad. Gracias a un ambicioso proyecto de I+D se han conseguido poner a punto todas y cada una de las fases del complicado proceso, desde el tipo y la cantidad de alimento hasta la composición del medio de cría y el diseño de nuevas líneas de producción. Actualmente, Koppert ofrece al mercado una producción de *A. limonicus* con la máxima calidad y en elevados volúmenes, lo que facilita que el producto esté disponible en condiciones inmejorables allí donde se necesita.

Toda la información sobre Limonica estará disponible en el stand de Koppert (Pabellón 9, Stand 9E24) en Fruit Attrac-



Ácaro depredador *Amblydromalus limonicus* depredando trips.

tion. El departamento técnico/comercial de Koppert atenderá todas las consultas sobre este revolucionario ácaro depredador que se ha convertido en una pieza clave de la estrategia de Koppert para el control de diferentes especies de trips en cultivos de pimiento en invernadero, junto a otros enemigos naturales como *A. swirskii* y *O. laevigatus*.

Subtropicales, cítricos, viñedo y frutos rojos

Otras estrategias de control biológico desarrolladas por Koppert también serán protagonistas en su stand de Fruit Attraction. Entre ellas, el control biológico de Scirtothrips en frutos rojos, o el control de las principales plagas en cultivos subtropicales como el mango y el aguacate, donde Koppert aumenta cada año su presencia.

Destacarán también otros cultivos al aire libre como la viña y los cítricos, donde Koppert ofrece soluciones biológicas altamente eficaces para la gestión de enfermedades sin dejar residuos, sin generar resistencias y sin plazos de seguridad. Una de estas soluciones es Cerasulfur, un azufre altamente soluble y de origen biológico.

Para la gestión de enfermedades en viñedo y cítricos, Koppert también ofrece Biocuprum, un cobre 100% de origen natural que posee como característica diferencial su lenta liberación, la cual proporciona un suministro constante al cultivo y permite así al agricultor reducir la dosis total de cobre por hectárea.

Nada mejor que el **original**



Swirski Ulti-Mite

Swirski-Mite

Spical

Limonica

Spidex

Montdo-Mite

Mondo Ulti-Mite

Cambiando las reglas de juego desde 1967.

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



Koppert

koppert.es

original

Sweetloom lidera la innovación de Yuksel Seeds en Fruit Attraction 2025

Este tomate asurcado destaca por su sabor excepcional, calidad organoléptica y color negro púrpura. Además, cuenta con resistencia intermedia al ToBRFV



La 17ª edición de Fruit Attraction, la feria internacional de referencia del sector hortofrutícola, se prepara para acoger del 30 de septiembre al 2 de octubre en Ifema Madrid a los principales actores del mercado. Entre ellos, Yuksel Seeds destaca por su apuesta innovadora con su sólido catálogo de variedades hortícolas, siendo su principal especialidad los tomates, donde cuenta con una amplia oferta que combina calidad, resistencia y sabor.

Durante los tres días del evento, la compañía presentará gran parte de su catálogo de tomates, que incluye variedades cherry, mini plum, asurcados, cocktail, pera y rosa, de los cuales el 90% cuenta con resistencia al ToBRFV, una de las principales demandas de los agricultores. Además, también cabe destacar que la empresa internacional de semillas va a aprovechar la feria de Madrid para mostrar sus avances en otros cultivos estratégicos como pimiento, berenjena, pepino, melón y sandía.

Tomate asurcado

Entre las estrellas de la feria estará el tomate asurcado Sweetloom, recientemente reconocido por el International Taste Institute de Bélgica por su sabor excepcional y su calidad organoléptica.

Con su color negro púrpura y su forma asurcada única, Sweetloom combina alto valor nutricional con un perfil de sabor diferenciado que lo hace destacar tanto para agricultores como para distribuidores y consumidores. Además, presenta resistencia intermedia al ToBRFV, lo que lo convierte en una opción atractiva para el mercado europeo. Desde hace más de 35 años, Yuksel Seeds ha consolidado su presencia en los principales mercados euro-



Sweetloom ha sido reconocido por el International Taste Institute de Bélgica. /FHSPAIN

peos, fortaleciendo su liderazgo en el mejoramiento de hortalizas y ofreciendo soluciones que combinan calidad, resistencia y rendimiento. La constante inversión de la compañía en investigación y desarrollo permite que productores y distribuidores accedan a variedades innovadoras, diseñadas para responder a las necesidades actuales y a los retos futuros del sector.

Marketing

Pero la innovación de Yuksel Seeds no se limita al desarrollo de semillas. La compañía también apoya a agricultores y distribuidores con soluciones de marketing, orientadas a fomentar el consumo de hor-

talizas y potenciar el crecimiento del mercado, demostrando un compromiso integral con toda la cadena de valor.

Hall 9, Stand 9E30

Los profesionales del sector podrán descubrir estas novedades y conocer de primera mano el completo catálogo de Yuksel Seeds en Hall 9, Stand 9E30, durante los días de la feria. Con su participación en Fruit Attraction 2025, la empresa refuerza su compromiso de estar presente en los principales eventos comerciales de Europa, combinando presencia local e internacional para consolidar su liderazgo y seguir impulsando la innovación en el sector hortícola.

Factoría Chef, oportunidad única para inspirar e innovar en la cocina

Las empresas agroalimentarias tienen la opción de poder promover el consumo de frutas y hortalizas a través de showcookings que tendrán una duración máxima de 40 minutos

□ **Elena Sánchez**

La cocina cada vez tiene más protagonismo en los eventos de frutas y hortalizas, ya que las innumerables maneras de poder cocinar y consumir un producto está llevando a que el consumidor ponga mayor interés en la agroalimentación.

En este sentido, para seguir fomentando el consumo y, por consiguiente, hábitos de vida saludable, la nueva edición de Fruit Attraction vuelve a apostar por su espacio Factoría Chef, el innovador espacio gastronómico diseñado para poner en valor la excelencia de las frutas, verduras y hortalizas

ante el canal internacional. Este escenario, consolidado ya como uno de los grandes atractivos de la feria, brinda a las empresas expositoras una oportunidad única para realizar demostraciones culinarias en vivo y mostrar sus productos. Este espacio es gratuito y de acceso exclusivo para las empresas participantes en el Área Fresh Produce, garantizando que cada propuesta gastronómica gire en torno al saludable y delicioso mundo de las frutas y hortalizas. Una manera de promover el consumo de una manera creativa a través de emocionantes showcookings, que tendrán una duración máxima de 40 minutos.



Momento de uno de los showcookings celebrados en ediciones anteriores. /FHSPAIN



Sweetloom
Tomate asurcado

Protegido
de forma **natural**



Sabor tradicional
Perfeccionado



fruit attraction 30 Sept - 02 Oct

Hall 9
Stand 9E30

En **Yuksel Seeds** apostamos por la calidad y la mejora continua para ofrecer la mejor y más completa gama de semillas de tomate resistentes al rugoso. Variedades robustas, productivas y naturalmente resistentes.

www.sinmiedoalrugoso.com

ENTREVISTA

Juan Jesús Lara

• Director general de CASI

“Hoy en día producir una hectárea de tomate tiene unos costes inasumibles para el agricultor”

□ **Francisco Lirola**

Juan Jesús Lara, director general de CASI, repasa con FHSPAIN su presencia en Fruit Attraction 2025, año en el que el tomate es el producto estrella.

PREGUNTA.- ¿Qué espera de esta edición de Fruit Attraction?

RESPUESTA.- Fruit Attraction es una feria que ha tenido mucho crecimiento, ya es la más importante de Europa. Está en un momento de campaña muy positivo, en el inicio, y eso es muy atractivo para clientes nacionales e internacionales. Para nosotros este año tiene una especial atención, porque IFEMA y FEPEX nombraron producto estrella al tomate. Tenemos varias programaciones y varios actos dedicados a esto. Además de este rol en CASI, también soy presidente del comité sectorial de tomate en FEPEX, y participamos activamente en ello. Hemos preparado un stand con un diseño que se sale de lo normal, dedicado a promocionar el consumo de tomate y a encumbrar nuestras marcas de referencia para que conozcan CASI de primera mano. (Stand 9D11)

P.- ¿Qué ocupará su agenda estos días?

R.- Dentro de la programación de FEPEX habrá una serie de degustaciones, cocina en directo, una mesa redonda. Tendremos por primera vez en la feria un huerto en vivo con variedades de tomate para que los visitantes vean cómo funciona la producción de tomate de forma sostenible, cocina en directo con recetas de tomate, degustaciones, unos premios dedicados a las personas que más han trabajado por fomentar el consumo de tomate. Y ya dentro de CASI, tendremos un acto con la chef Samantha Vallejo-Nágera, para promocionar nuestras jornadas gastronómicas de tomate, y el primer corte del tomate Sabor del Año. Una gran parte de nuestra programación estará dedicada a un acto para un tomate especial, llamado El Mundo en Rosa, junto a BASF fl Nunhems, para promocionar no solo la parte comercial del tomate, sino dar a conocer otros tomates diferentes y una diferenciación comercial que llevamos a cabo en la cooperativa. Y, sobre todo, una exclusivi-



Juan Jesús Lara en la Casa de Las Mariposas de Almería. IFHSPAIN

dad, porque ese tomate lleva años de innovación y tecnología para llegar a él. Tendremos una parte dedicada a nuestras marcas cumbre, a los productos galardonados este 2025 como Sabor del Año, que son Bárbaro, nuestro tomate negro, y Rebel, asurcado rojo.

P – Este año, el producto estrella en Fruit Attraction es el tomate.

R.- Es un año atípico en el aspecto geopolítico de las exportaciones, viéndose afectada por terceros países, como Marruecos, Turquía y Egipto. Marruecos ha duplicado su volumen de exportaciones a la EU en tomate, mientras que España ha descendido un 50%. En octubre de 2024 el Tribunal Superior de la UE dictaminó que los productos producidos en el Sahara Occidental deben tener una etiqueta y una trazabilidad que lo acredite. Se dio una prórroga de un año para adaptar la normativa a los nuevos requerimientos, y la semana de la feria creemos que tendrá que someterse a una votación la adhesión del Sahara al acuerdo UE-Marruecos. El elegir al tomate como producto estrella fue para visibilizar estas condicionantes y todos los

requerimientos que someten a nuestros productores que no tienen los de otros países. Sostenibilidad, fitosanitarios, de consumo hídricos, salinización.... No nos pueden requerir normativas restrictivas cuando importamos productos de Marruecos que no tienen que cumplirlos.

P.- ¿Qué balance hacen de esta campaña que terminan y qué prevén de esta?

R.- Cerramos una campaña bastante estable, con un crecimiento aproximado de entre un 15% y un 20% en volumen y facturación. En los últimos cuatro años ha mejorado su número de asociación, estamos en niveles récord. Vamos a cerrar con números históricos en todos los aspectos. En cuanto a la que empieza, algunos cultivos se han retrasado por motivos de semilleros, una semana, sobre todo en la segunda quincena de agosto, que no creemos que afecten a la producción. En la primera sí hay números similares a la anterior. En hectáreas, este año estaremos en torno a las 2.500 totales, sumando ciclos de invierno y verano. Esperamos que sea otra campaña de cifras récord.

P.- ¿A qué problemas se enfrentan los productores de tomate en la actualidad?

R.- Los productores españoles han sabido de otros orígenes, como Marruecos, pero están en una solución complicada al carecer de una normativa proteccionista, como la que pedimos. Necesitamos ser sostenibles en el futuro, medioambiental y socialmente, pero también económicamente. Hoy en día, producir una hectárea de tomate tiene unos costes inasumibles para nuestros agricultores, necesitamos que se den cuenta de que Europa necesita su propia soberanía alimentaria, no podemos depender de terceros países del que ni siquiera sabemos su legislación ni su forma de producir los alimentos. A nuestros productores hay que reconocerles que hacen algo titánico, un esfuerzo impresionante sin conocer costes ni el resultado de la campaña, invertir tanto como hacen por hectárea, y asumir unos costes que no dejan de subir. Necesitamos una política proteccionista que nos ayude a que estos cultivos sean sostenibles en el tiempo.

Haifa aprovechará el escenario internacional de la feria para mostrar sus novedades

La empresa ofrece soluciones de nutrición avanzadas que incluyen fertilizantes para fertirriego, suelo y aplicación foliar, así como suplementos nutricionales y herramientas tecnológicas



Haifa Iberia estará un año más en la cita más importante del sector hortofrutícola a nivel internacional, Fruit Attraction. La empresa repite ubicación, en el Pabellón 9 (Stand 9B29), y desde este céntrico punto no sólo dará a conocer sus productos y presentará sus últimas novedades, tanto a nivel de nutrición vegetal como de herramientas tecnológicas para la gestión del cultivo, sino que también aprovechará para reencontrarse con sus clientes y tener la oportunidad de participar en el network



El stand de Haifa Iberia lleno de clientes y amigos en la edición anterior de Fruit Attraction.

king más profesional del sector agrícola.

Entre las novedades que presentará se encuentran el nuevo producto para fertirrigación Haifa Soluble Duo o las mejoras que incorpora la última versión de la aplicación Cromptune para el monitoreo del nitrógeno y las novedades de la plataforma para la gestión de la fertilización Nutrinet.

Haifa Iberia ofrece soluciones de nutrición avanzadas que incluyen fertilizantes para fertirriego, suelo y aplicación foliar, así como suplementos nutricionales y herramientas tecnológicas para una agricultura de precisión.

HaifaStim™

Suplementos nutricionales para cultivos de calidad



HaifaMicro™

El complemento ideal para la nutrición de las plantas y un desarrollo óptimo

Micro Fe EDDHA | Micro Mn EDTA
Micro Zn EDTA | Micro Combi






Los pabellones cuentan con una nueva distribución y sectorización

Se han incorporado dos nuevos espacios a IFEMA además de incrementar su superficie expositiva hasta superar los 70.000 metros cuadrados



Distribución de pabellones. /FHSPAIN

□ Jessica Valverde

La feria agrícola más relevante del territorio español ha dado un giro a su distribución en su edición número 17 con el objetivo de reforzar su crecimiento y liderazgo.

Así, el evento organizado por IFEMA MADRID y FEPEX refuerza su liderazgo con una ampliación estratégica y una nueva sectorización que optimizará la experiencia de expositores y visitantes.

A su nueva distribución se suman los pabellones 12 y 14 y a esto se suma el incremento de superficie expositiva, que alcanza los 73.655 metros cuadrados, lo que supone un incremento del 5% en referencia al espacio de la pasada edición. Otras de las mejoras es la organización de la feria con una distribución más eficiente por regiones geográficas. Este nuevo enfoque permitirá a los profesionales del sector localizar con mayor rapidez a productores y proveedores de cada país y región, facilitando la creación de nuevas sinergias y oportunidades de negocio. Esta

convocatoria prevé ser la más destacada hasta la fecha, ofreciendo una experiencia más cómoda, accesible y enriquecedora para todos los participantes.

Así, en 2025 Fruit Attraction ocupará 10 pabellones de IFEMA MADRID -3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12 y 14- donde se presentarán los productos, soluciones, nuevas variedades y formatos, investigaciones, tendencias e innovaciones de las más de 2.200 empresas participantes.

Los pabellones impares acogerán las novedades de las empresas nacionales, además de las propuestas del área InnoVA&Tech -pabellón 5-. Por su parte, los pares reunirán la oferta de compañías de Europa -4, 6 y 8-, empresas individuales que operan en el mercado global -8 y 10-, América -12-, y África y Asia, en el 14. Con respecto al área Fresh Food Logistics, estará ubicado en el 4. Además, para completar la oferta expositiva, la mayoría de los pabellones contará con el área de Industria Auxiliar, asegurando la representación de toda la cadena de valor del sector en Fruit Attraction.

Países invitados y eventos

Malasia y México serán los mercados protagonistas de la iniciativa países importadores invitados, que se sumará al potente programa de compradores que, con la colaboración del MAPA y del ICEX, invitará a más de 700 compradores de todo el mundo.

Entre los eventos a destacar, organizado por el ICEX, se ha celebrado del 15 al 17 de septiembre el World Fresh Forum, los webinarios con expertos y profesionales en comercio centrados en México, Malasia y China.

Otra de las convocatorias más laureadas es el Premio al Mejor Stand otorgado por Fruit Attraction. Un galardón que reconocerá aquellos espacios expositivos que destaquen en la feria teniendo en cuenta aspectos como su creatividad, diseño y compromiso con la sostenibilidad en sus cuatro categorías: Más Original; Mejor Diseño; Más Sostenible y Aclamado por el Público. Las inscripciones estaban operativas hasta el 15 de septiembre.

Bandas Robero, un ejemplo de éxito basado en la cercanía al cliente

La empresa almeriense lleva once años ofreciendo un servicio especializado en la reparación de bandas transportadoras

□ Luis Saracho

Bandas Robero es una empresa almeriense ubicada en el Polígono Industrial La Redonda, en El Ejido, especializada en la fabricación de bandas transportadoras a medida para la industria. Con once años de experiencia, atiende tanto a grandes fabricantes como a clientes finales. Sus fundadores, Gerardo Roa, Antonio José Rodríguez y Francisco Berbel, decidieron poner en marcha la compañía tras percatarse de que muchas empresas de la provincia dependían de proveedores de Murcia o Valencia para cubrir sus necesidades. Gracias a su conocimiento previo del sector, comenzaron a trabajar con las mismas empresas que ya conocían, aportando rapidez y cercanía.

Una parte esencial de su labor consiste en apoyar a fabricantes de maquinaria industrial que diseñan instalaciones personalizadas. Aunque pueda parecer un sector sencillo, las bandas transportadoras requieren materiales específicos para cada producto: no es igual mover cajas de cartón que alimentos. En este último caso, muy relevante en Almería, es obligatorio utilizar materiales con certificado alimentario, aspecto que Bandas Robero garantiza para asegurar la satisfacción del cliente final.

Pero su gran valor añadido está en el servicio directo al cliente final. Hasta su



Fachada de Bandas Robero en el Polígono La Redonda. /L. SARACHO

llegada, cooperativas y almacenes dependían de pedidos externos que tardaban días o semanas, provocando paradas de producción con importantes pérdidas económicas. Hoy, una avería puede resolverse en cuestión de horas gracias a la proximidad y capacidad de respuesta de Bandas Robero, lo que otorga a sus clientes tranquilidad y seguridad en el funcionamiento de sus instalaciones. Su asesoramiento especializado es también una seña de identidad. Un ejemplo es el del arándano, fruto que puede escaparse por los laterales de las cintas convencionales. Para evitar costosas adaptaciones de maquinaria, la empresa ha invertido en tecnología capaz de soldar bordes de contención en las bandas, ofreciendo

soluciones más eficientes y económicas. Además, Bandas Robero ha sabido crear una red de colaboración con otras empresas para ampliar su catálogo. Aunque el PVC y el poliuretano son sus especialidades, también gestionan la provisión de caucho para minería o bandas modulares de polivinilo para la industria cárnica. Así, logran dar respuesta a una gran variedad de sectores, más allá de su campo principal. Tras más de una década de trayectoria, Bandas Robero se ha consolidado como un referente de esfuerzo, emprendimiento y colaboración. Desde El Ejido, demuestra cada día que la cercanía, la rapidez y el profundo conocimiento de las necesidades del cliente son las claves de su éxito.



Especialistas en cintas transportadoras para el sector de la industria.

**SERVICIO RÁPIDO
Y A MEDIDA DEL CLIENTE**



Los ‘entrenadores personales’ que triunfan entre todos los cultivos

Los bioestimulantes de SIPCAM Iberia permiten optimizar la nutrición, aumentar la tolerancia al estrés y preparar a las plantas para alcanzar su máximo potencial

fhspain

La compañía SIPCAM Iberia constata los excelentes resultados de su campaña de bioestimulantes bajo el lema ‘Los entrenadores personales de tus cultivos’, lanzada a principios de año. La iniciativa tenía como objetivo reforzar el papel estratégico de estos formulados en la mejora del rendimiento y la resistencia de los cultivos, consolidando su presencia en el campo español.

Inspirada en el entorno deportivo, la campaña evidencia cómo, al igual que un buen entrenador guía a los deportistas, los bioestimulantes de SIPCAM Iberia acompañan a los cultivos en cada etapa de su desarrollo. Su aplicación permite optimizar la nutrición, aumentar la tolerancia al estrés y preparar las plantas para alcanzar su máximo potencial, tal y como ha argumentado la empresa a lo largo de estos meses en sus acciones.

La campaña perseguía un doble objetivo: acercar el concepto de bioestimulación de forma sencilla y visual, y posicionar el porfolio de SIPCAM Iberia como herramientas técnicas de alto valor añadido, capaces de responder a los retos actuales del campo. Algunos de los desafíos más relevantes sobre los que se han reflexionado a lo largo de estos meses han sido los suelos empobrecidos, las exigencias del mercado, la climatología cambiante y la creciente demanda de sostenibilidad y rentabilidad.

Entre los productos destacados han figurado referencias ampliamente reconocidas como Blackjak®, Abyss®, Perfectose® o Stilo Hydro®. “Nuestra larga trayectoria en el sector de la bioestimulación ha corroborado que nuestras soluciones aportan mejoras visibles en el desarrollo vegetativo, la calidad del fruto y el rendimiento final”, explica el director de Marketing, Antonio Bernárdez-Zerpa.

La estrategia de la campaña se ha mostrado cercana, directa y dinámica. A través de los stands en las últimas ferias celebra-



das y los posts en sus redes sociales, SIPCAM Iberia ha confirmado que estos ‘entrenadores’ trabajan día tras día sobre el terreno. “Los cultivos son los auténticos atletas y nuestro propósito es ayudarles para dar lo mejor de sí mediante una nutrición y manejo adaptados y eficaces”, comenta Daniel Salgado, Product Manager de Bioestimulantes y Nutricionales.

“Queríamos que los profesionales agrícolas entendiesen que no se trata de productos complementarios, sino de piezas clave en su estrategia de cultivo. Y

para eso, se requiere formación, acompañamiento técnico y soluciones que realmente funcionen”, añade. Por eso, desde SIPCAM Iberia apostaron por el desarrollo de herramientas como el sistema digital de nutrición avanzada CropBalance y desarrollaron su nuevo catálogo físico de bioestimulantes, el cual “hace alusión a esta guiño deportivo de forma muy creativa”, describe Salgado.

Esta hazaña deportiva se enmarca en la estrategia global de innovación de la compañía, que incluye alianzas con universidades y centros de investigación, como la Cátedra de Bioestimulación. Junto a la Universidad de Córdoba, esta Cátedra fomenta el desarrollo de soluciones, así como ensayos en campo para la creación y mejora de nuevas tecnologías aplicadas al manejo agrícola.

Con esta nueva campaña, SIPCAM Iberia ha demostrado una vez más su compromiso con el sector, ofreciendo herramientas efectivas, sostenibles y adaptadas a las necesidades reales de los agricultores. “Porque detrás de cada meta, hay un buen entrenador, y detrás de una gran cosecha, están los bioestimulantes de SIPCAM Iberia”, concluye el Product Manager.

Cercanos por naturaleza

Está en nuestra naturaleza ser honestos, eficaces, ágiles, competitivos, solventes, digitales... pero sobre todo cercanos.

Nuestro compromiso con la agricultura está en nuestro ADN. Ponemos a tu disposición un equipo de profesionales para hacer realidad tus proyectos ofreciéndote líneas especiales de financiación, seguros agrarios, o asesoramiento especializado de la PAC. Además, contamos con cursos formativos con las últimas novedades del sector para ayudarte a crecer.

Visita nuestras oficinas o escanea este QR y descubre todo lo que podemos hacer por ti.



El MAPA reafirma su compromiso con la digitalización en el sector agrario

 fhspain

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha suscrito un convenio con la Asociación Española de Normalización (UNE) para trabajar conjuntamente en la normalización de los datos que operan a lo largo de toda la cadena de valor agroalimentaria. El texto del acuerdo ha sido publicado en el Boletín Oficial del Estado.

El Ministerio busca impulsar la transición digital del sector agroalimentario mediante tres objetivos definidos en la Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario y del medio rural, entre los cuales destaca el fomento del uso eficiente de datos en la cadena agroalimentaria.

La digitalización empresarial es una línea estratégica fundamental para la Asociación Española de Normalización, ya que el desarrollo de la economía del dato es clave para empresas, gobiernos y la sociedad en general.

Este trabajo conjunto se centrará en reducir las barreras técnicas que dificultan la adopción de nuevas tecnologías.

Además, ambas entidades proporcionarán recursos y herramientas para apo-



yar al sector agroalimentario en todas las fases de la transición digital. Asimismo, según lo establecido en el convenio, que cuenta con un presupuesto de 40.000 eu-

ros, las dos entidades también promoverán la interoperabilidad y la estandarización de los datos que operan a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria.

Planas analiza con el comité ejecutivo de ASAJA las prioridades del campo español

 fhspain

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha mantenido un encuentro de trabajo con el comité ejecutivo de la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja), con su presidente, Pedro Barato a la cabeza, dentro de la ronda de contactos que mantiene el ministro con los principales agentes del sector para abordar los principales retos del sector.

Durante la reunión, se han analizado las principales prioridades del campo español para los próximos meses,



con especial atención a la negociación de la Política Agraria Común (PAC) y del nuevo Marco Financiero Plurianual

de la Unión Europea. Asimismo, se ha abordado la situación política comercial y arancelaria a nivel global.

Global Women Fresh celebrará su Primer Panel de Networking

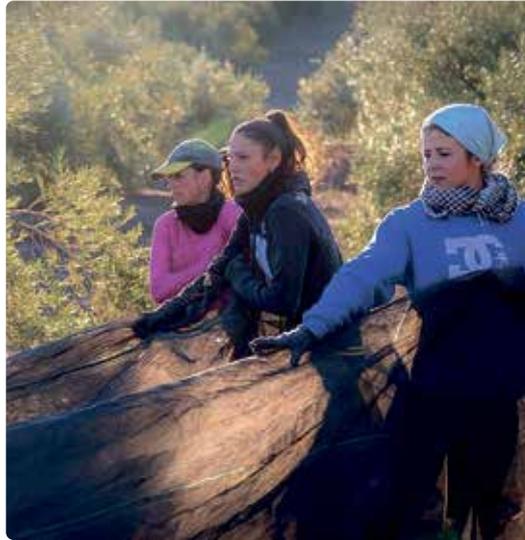
El evento aspira a convertirse en un lugar donde las protagonistas sean las conversaciones audaces, la conexiones reales y las ideas que transformen en futuro

□ Francisco Lirola

Global Women Fresh (GWF), la comunidad mundial para mujeres del sector hortofrutícola, en colaboración con IPD y MujerAGRO, celebrará, por primera vez, su Panel de Networking internacional en Fruit Attraction 2025.

La jornada tendrá lugar el 1 de octubre en el Fruit Forum, ubicado en el núcleo 1-3, a partir de las 17:30 horas.

El evento pondrá en el centro del escenario el liderazgo femenino en el 'agro' a nivel global. "Seas productora, exportadora, CEO, especialista en marketing o innovadora, este es tu es-



pacio". El I Panel Internacional de Networking Global aspira a convertirse en un lugar donde las conversaciones audaces, las conexiones reales y las ideas que transforman el futuro sean las protagonistas.

Entre las ponentes estarán destacadas figuras femeninas del sector 'agro', como son Leah Halverson, fundadora y CEO de Ten Acre Marketing; la copropietaria de Lina Fruits (Brasil) y directora de ESG en Abrafrutas, Priscilla Nasrallah, la española Nuria Pizán, fundadora y Directora General de NurBrands; y Danitza Sánchez, directora de Desarrollo de Negocios, de DOLE plc.



8/9/10 Octubre 2024
Stand 9C07

+34 950 607 777
info@naturechoice-sat.com

Your Fresh
Produce
Provider



BASF | Nunhems extiende la resistencia a todas las tipologías

El tomate es uno de los cultivos estratégicos de la obtentora, que aprovechará el protagonismo de esta hortaliza en Fruit Attraction para mostrar novedades de un porfolio que presume de calidad y producción

□ **Almudena Fernández**

El tomate es el producto estrella este año en Fruit Attraction y la feria contempla diversas iniciativas entorno a este producto, que se mantiene como la hortaliza más demandada de España. Y si hay una obtentora que tiene mucho que decir en el cultivo de tomate es BASF | Nunhems.

En esta línea, Ester Serrano Bañuls, Regional Crop Lead Tomato Fresh South Europe, ha señalado en declaraciones a FHS-PAIN que se trata de “un cultivo estratégico en el que estamos invirtiendo mucho y que nos ha permitido poner en el mercado ya muchas variedades con resistencia al virus del rugoso y en todas las tipologías”.

Catálogo

Por segmentos, BASF | Nunhems tiene una posición muy asentada en tomate rama pero, aún así, no se descartan innovaciones “para seguir completando porfolio”. En este sentido, Ester Serrano apuntó que “Cabosur* y Caboluna* son dos opciones muy reconocidas en zonas como Almería y Murcia y, en la última campaña, se ha incorporado Beires*, un nuevo tomate rama que sobresale por su alta productividad, destinado a trasplante temprano, ideal tanto para ciclos cortos como largos y una opción muy acertada para producción orgánica”.

Por lo que se refiere al segmento de tomate suelto, BASF | Nunhems ha sido pionera en la introducción de Palmeo*, “una de las primeras variedades del mercado con resistencia a ToBRFV para comercializar en suelto, que destaca por su rentabilidad ya que es una variedad muy productiva con frutos de gran tamaño, con firmeza y larga vida”.

Junto a estas, hay importantes referencias del porfolio como el tomate pera Azovian, “un segmento al que llegarán próximamente innovaciones”, apostilló. Además, dentro de la gama Intense™, la feria Fruit Attraction servirá para mostrar



Palmeo*. /FHSPAIN



Beires*. /FHSPAIN



Novedades en cherry pera. /FHSPAIN

novedades como NUN 6226 TOF*, para cultivos de España. “Igualmente, la gama Intense™ seguirá creciendo el próximo año con novedades para invernaderos de alta tecnología llegadas desde Holanda”, dijo Ester Serrano.

Por lo que se refiere a cherry, Daivion* (redondo) es una de las referencias del catálogo de BASF | Nunhems, pero si para algo servirá el escenario de IFEMA será para presentar las prometedoras novedades de cherry pera de BASF | Nunhems destinadas a Marruecos, principal suministrador de esta tipología para toda Europa.

“Por un lado, queremos presentar Purion*, un cherry pera enfocado a invernaderos de alta y media tecnología, con buena calidad de fruta y buen aspecto externo, además de mucha producción. También mostraremos otro cherry pera, principal-

mente para invernaderos de media tecnología y para recolectar en suelto. Esta nueva variedad es una máquina de producción, con muy buena uniformidad de fruto y una larga vida, ideal para exportación y llegar a todos los destinos de Europa en buenas condiciones”, aseguró Ester Serrano.

Finalmente, Fruit Attraction acogerá la presentación de novedades para invernaderos Hi-Tech de BASF | Nunhems. De esta forma, la responsable de cultivo avanzó que se verán variedades como Vitalion (cherry redondo premium para cosechar en rama), Culturion* (cherry para cosecha en rama con alta productividad) y, finalmente, Marvellion* (tomate cocktail para cosecha en rama).

Portainjertos

En última instancia, más allá de brindar una protección al cultivo de tomate desde la semilla, BASF | Nunhems extiende la resistencia hasta la propia raíz con sus portainjertos DreamPower y, recientemente, MassPower*, a los que se añadirán hasta dos más para completar la gama.

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

ANOVE promueve el uso correcto de marcas, variedades y tipos

La Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE) ha puesto en marcha una campaña de información y concienciación dirigida a profesionales del sector hortofrutícola

□ fhspain

Bajo el lema “Si ofreces siempre lo mejor, se tiene que saber”, la iniciativa busca fomentar una comunicación clara, precisa y veraz en el punto de venta. El material divulgativo de la campaña explica cómo distinguir entre una variedad y una marca, detalla las obligaciones legales de etiquetado y alerta sobre las infracciones más comunes, desde el uso indebido de marcas registradas y variedades hasta la confusión entre variedad y marca, así como asociar una variedad a un tipo.

“Nuestro objetivo es sencillo pero fundamental: que el consumidor sepa exacta-



mente qué está comprando y con qué garantías. Una buena información en el punto de venta beneficia a todos: productores, distribuidores y compradores”, explica Antonio Villarroel, director general de ANOVE.

La campaña se presentará oficialmente en Fruit Attraction con una rueda de prensa

que tendrá lugar el día 2 de octubre a las 10,30h en el Fruit Next del pabellón 5. En este acto se dará a conocer el vídeo y el folleto explicativo que se difundirán durante toda la feria en los más de 25 stands de la feria de empresas y centros públicos miembros de ANOVE que participan en la feria con el objetivo de alcanzar a un amplio público profesional y mediático.

Tras su lanzamiento en Fruit Attraction, la campaña continuará su recorrido en los principales Mercados de España (como por ejemplo Madrid, Zaragoza y Barcelona), donde se llevarán a cabo acciones de proximidad con comerciantes y operadores para trasladar el mensaje de forma práctica y conseguir trasladarlo al consumidor.



Dual Purpose
Fresco y procesado

Connecting for
greater value

BASF
We create chemistry

nunhems

Versatilidad: una sandía para cada formato y el sabor de siempre.

Estamos deseando **conectar contigo**

fruit attraction

Del 30 de septiembre
al 2 de octubre

Stand 9C23 (Pabellón 9)

¡Acompáñanos, nos encantará verte!

La revolución del packaging sostenible se cultiva en Almería con Smurfit Westrock

□ fhspain

La campaña hortofrutícola 2024/2025 alcanzará en la provincia de Almería los 3.716 millones de euros en exportación según datos de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Una cifra que consolida a Almería como epicentro europeo de frutas y hortalizas frescas, desde cuyos invernaderos parten cada día miles de toneladas de pimientos, pepinos y tomates rumbo a los principales destinos nacionales e internacionales.

Un liderazgo, que, sin embargo, no se explica únicamente por la productividad de sus campos, sino que también reside en su capacidad para innovar en cada eslabón de la cadena de valor, desde la producción hasta la llegada al consumidor final. En este proceso, el packaging ha dejado de ser un elemento secundario para convertirse en un aliado estratégico: protege el producto, mantiene su frescura durante el transporte y refuerza la competitividad del sector. Con esta visión, Smurfit Westrock estará presente en Fruit Attraction 2025, la gran cita internacional del sector, donde mostrará cómo el envase puede convertirse en motor de competitividad y sostenibilidad.

Mayor fabricante

La compañía, fruto de la fusión el año pasado entre Smurfit Kappa y WestRock, es hoy el mayor fabricante integrado de embalaje a base de papel del mundo, con presencia en 40 países, más de 100.000 profesionales y más de 600 plantas de producción. En Almería, su planta de Vícar simboliza este compromiso, al especializarse en embalajes de cartón ondulado adaptados a las particularidades del sector agrícola y a los cultivos estrella de la provincia. Esta proximidad le permite ofrecer un servicio ágil, cercano y con un conocimiento profundo de las necesidades de agricultores y cooperativas, a quienes acompaña en el reto de llevar sus productos más lejos, con mayor seguridad y con envases que añaden valor a su oferta en mercados cada vez más competitivos. El stand de Smurfit Westrock en Fruit Attraction, inspirado en la naturaleza y en



cómo debe cuidarse y respetarse, cuenta con una palmera que es símbolo de crecimiento, resistencia y eficiencia en el uso de los recursos naturales que refleja la esencia de la compañía. Este guiño conecta con su propósito de transformar la manera en que producimos, consumimos y embalamos, apostando por soluciones circulares que reduzcan el impacto ambiental. La sostenibilidad forma parte del ADN de la compañía y se materializa en su estrategia Better Planet Packaging, orientada a minimizar la huella de carbono por alternativas 100 % reciclables, renovables y biodegradables.

Es por ello, que la innovación sostenible de Smurfit Westrock se concreta en desarrollos que marcan la diferencia para el sector hortofrutícola.

Un ejemplo es la gama Safe&Green®, reconocida en los WorldStar Awards 2025 en las categorías 'Frutas y verduras frescas' y 'Envases que ahorran alimentos'. Estas barquetas monomateriales no solo protegen y prolongan la vida útil del producto, sino que también ofrecen una presentación atractiva en el punto de venta, convirtiéndose en una herramienta de comunicación que ayuda a los productores

de pimientos, pepinos y tomates a diferenciarse en mercados muy competitivos.

Otras soluciones

También destacan otras soluciones como AgroLife®, una revolucionaria solución que adsorbe el etileno y ralentiza la maduración de frutas y hortalizas durante el transporte y almacenamiento. Reconocido como una de las 100 Mejores Ideas de 2024 por Actualidad Económica, este avance contribuye a reducir pérdidas, asegura frescura y representa un salto competitivo clave para productores que exportan cultivos tan sensibles como el tomate o el pepino, que recorren miles de kilómetros hasta llegar a los mercados europeos.

En definitiva, el futuro del campo almeriense no solo se cultiva en sus invernaderos, sino también en los envases que hacen posible que cada producto llegue en óptimas condiciones al consumidor. En un escenario donde la sostenibilidad ya no es una opción, sino una exigencia, el envase se convierte en un factor decisivo para la competitividad del sector hortofrutícola. Y es ahí donde Smurfit Westrock se consolida como un socio clave en esta transformación.

Growing Together

Transformamos el packaging que cuida el planeta

Nuestros embalajes están diseñados especialmente para el sector agrícola, cuidando tus productos y transformando el planeta en un lugar más verde y azul.

Te esperamos en  fruit
attraction

Encuétranos del 30 de septiembre
al 2 de octubre en el **Pabellón 7 Stand 7C27**



“Agroiris es una empresa inquieta en proceso de tecnificación”

El director gerente, Javier Díaz, explica cómo los últimos cambios a los que se enfrenta la firma van encaminados a situar al agricultor en el eje central a través de la mejora de los distintos servicios

□ Almodena Fernández

Javier Díaz, director gerente de SAT Agroiris, hace un repaso de la mano de FHSPAIN por la situación actual de la empresa, referente comercializador hortofrutícola para los principales mercados de Europa.

Pregunta - Agroiris vuelve a la cita anual de Fruit Attraction ¿cuáles son las perspectivas?

Respuesta - Es un importante centro de reunión para la temporada de invierno de frutas y hortalizas y, a nivel europeo, es la feria más importante y, por ello, sigue siendo necesaria nuestra presencia. Nuestro stand tendrá un diseño más atractivo que en otras ocasiones y volverán a acudir representantes del departamento técnico, de calidad, comercial, etc.

P. - ¿En qué punto está la empresa para este nuevo ejercicio agrícola?

R. - Somos una empresa inquieta y estamos en pleno proceso de cambio con las miras puestas en la tecnificación, renovando maquinarias y tecnologías. Nuestro objetivo claro es mejorar el servicio al agricultor y dotarle de todos los medios para que la conexión entre productores y empresa sea cada vez más fuerte. No es solo organizarse en cultivos, sino también recopilar más datos del campo, un servicio técnico más cualificado y directo con los socios, desarrollar una aplicación móvil, e incluso optimizar los distintos servicios de la empresa para que los agricultores sean conscientes de que son una parte fundamental de Agroiris.

P. - Durante la celebración del 30 aniversario, anunció algunas obras de mejora y modernización para Agroiris ¿cómo marcha ese proyecto?

R.- Estamos mejorando la producción con la incorporación de nueva maquinaria. También tratamos de mejorar en el ámbito medioambiental con la apuesta de



Javier Díaz, en las instalaciones de la sede principal de Agroiris. / A. FERNÁNDEZ

energías renovables o el reciclado. Es importante continuar en esa línea de mejora, tanto en instalaciones como para el agricultor o los clientes; en definitiva, buscamos tener una fuerza productiva más organizada para dar el mejor servicio.

P.- En la campaña pasada, el trips parvispinus ha sido una de las principales preocupaciones de los agricultores ¿qué le transmiten los socios?

R.- Tengo la sensación de que aún no se es consciente de que la producción de hortalizas es cada vez más complicada. Se necesitan unos recursos cada vez más limitados, como el agua, se requiere de calidad de la tierra y, sobre todo, cada vez hay más plagas y virus afectando a los cultivos. Europa es muy exigente con la restricción de uso de productos y tenemos que encontrar el equilibrio entre respetar toda la normativa, pero sin perder rentabilidad. Cada campaña que se planta, el agricultor pasa por toda una aventura; invierte mucho gasto y solo le queda esperar a la producción. Se arriesgan literalmente a la ruina. Desde Agroiris hemos puesto, recientemente, en marcha una finca experimental para poner nuestro

grano de arena en ese objetivo general de mejora en producción y calidad.

P. - Además de las plagas, ¿cuáles considera que son los retos principales a los que se enfrentan?

R.- Entre los denominadores comunes de cada campaña está la competencia con terceros países, que tienen unos costes de producción mucho más bajos y con menos restricciones en el uso de fitosanitarios. No competimos con las mismas armas. Además, no deja de subir el coste de insumos para el agricultor y, sin embargo, no se puede repercutir en el precio final porque el consumidor no quiere pagar más. Hay un choque preocupante aquí.

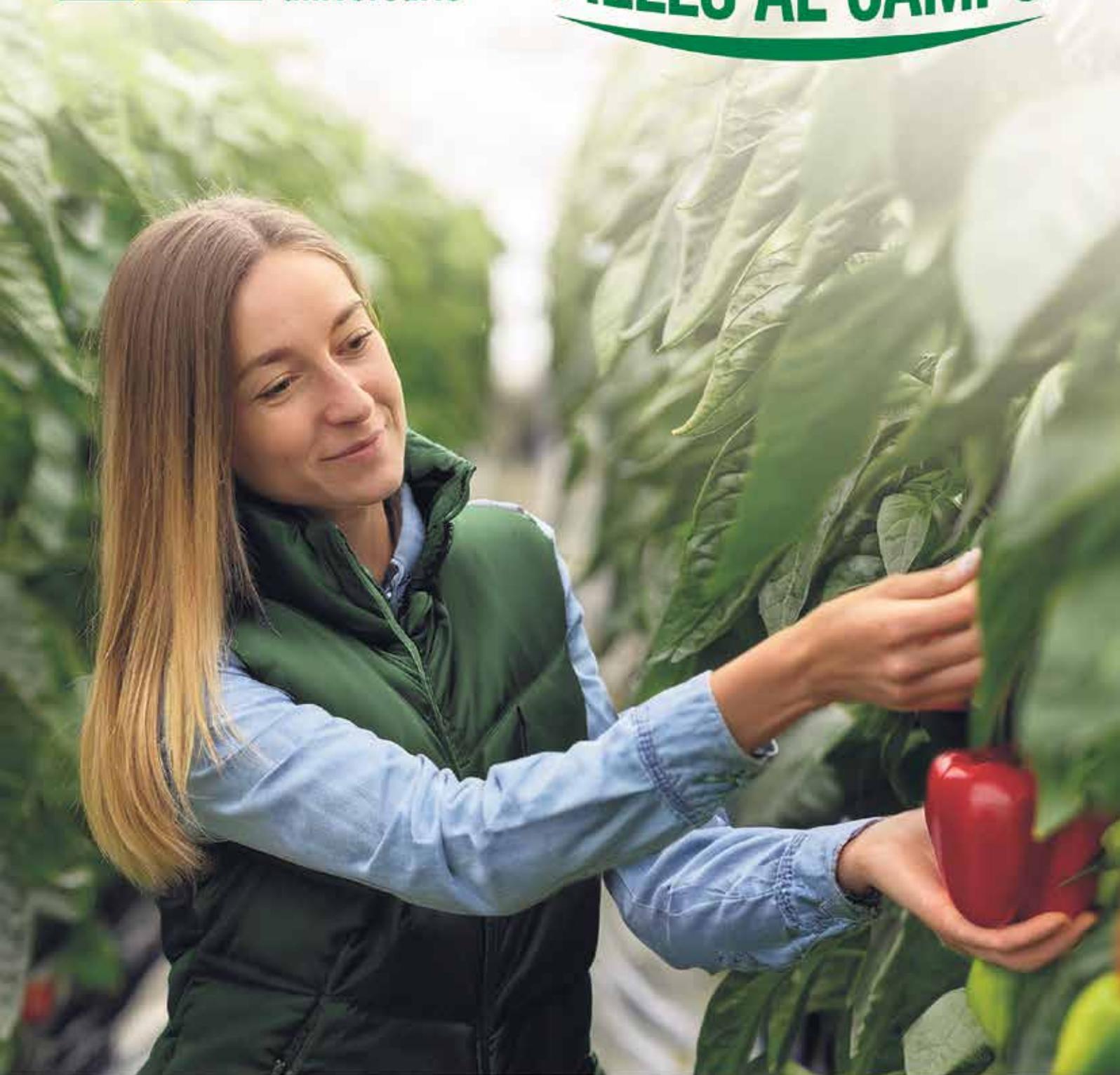
P. - Mucho se ha hablado de la guerra comercial por los aranceles de Trump. En el caso del pimiento que exportan a EEUU ¿cómo afectará?

R.- EEUU ha puesto un arancel del 15% y eso supone que es otro mercado que casi seguro vamos a perder. Llevamos años comercializando cantidades muy pequeñas. Trabajamos con productos perecederos y al final tenemos que apostar por destinos más cercanos.



30
aniversario

AGROLIRIS
FIELES AL CAMPO



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

Enymax-Envasesa Motril: innovación y cercanía para un sector en transformación



Los envases son un eslabón estratégico que conecta al agricultor con el consumidor final. En ese punto de unión, Enymax-Envasesa aporta más de treinta años de experiencia en el asesoramiento, fabricación y distribución de soluciones para los sectores hortofrutícola e industrial. Con sede principal en Granada y centros productivos en Motril, El Ejido y Agadir (Marruecos), la compañía se ha consolidado como un socio clave para comercializadoras y operadores logísticos que buscan embalajes fiables, sostenibles y adaptados a sus necesidades, en tiempo y forma.

Actualmente, Enymax-Envasesa cuenta con un equipo de 48 empleados en España y 9 en Marruecos, de los cuales casi el 30 % son mujeres, reflejando su compromiso con la igualdad de oportunidades y la diversidad en el entorno laboral.



Su catálogo incluye envases de cartón ondulado y compacto, tarrinas de cartón, palets de madera de fabricación propia y una amplia gama de materiales auxiliares como flowpack, alveolos, cestas y vasos de plástico, film, flejes, cantoneras, cubrepalets o mallas. Todos ellos son esenciales para que frutas, verduras y hortalizas lleguen a destino en perfectas condiciones. Esta oferta se completa con servicios de montaje especializado y logística con flota propia. Una propuesta integral que se apoya en valores como la innovación, la cercanía, la flexibilidad, la confianza y la sostenibilidad.

Cobertura nacional e internacional

La red de oficinas y centros de Enymax-Envasesa en Granada, Motril, El Ejido y Agadir le otorga una posición estratégica en el sur y sureste de la península ibérica, con capacidad de distribución en todo el territorio nacional y también en Marruecos. Actualmente, se trabaja en colaboración con grandes multinacionales para la distribución y venta de envases de cartón y materiales auxiliares, adaptándonos a las necesidades del sector agrícola e industrial.

Inversiones y crecimiento reciente

Durante 2024, la empresa acometió un plan de inversiones que ya se refleja en su crecimiento actual. Se reorganizaron los almacenes, se crearon equipos especializados y se implantaron flujos de trabajo más eficientes. Asimismo, se incorporaron nuevas máquinas de montaje de tarrinas que amplían la capacidad productiva y abren la puerta a nuevos clientes del sector alimentario y del foodservice.



Entre las novedades más destacadas figura la habilitación de un solar destinado a ampliar la división de palets. Esta línea, que combina fabricación propia de palets de madera de pino certificado con la distribución de europalets EPAL, está experimentando una fuerte demanda en sectores industriales y logísticos, convirtiéndose en un eje estratégico de diversificación y expansión.

Calidad y sostenibilidad como ejes

El compromiso con la calidad y el medioambiente son pilares en la evolu-

ción de la compañía, respaldados por un sólido sistema de certificaciones: ISO 9001, ISO 14001, FSC y NIMF-15. Además, Enymax-Envasesa avanza en la obtención de la certificación BRC Storage & Distribution, que reforzará las garantías en almacenamiento y distribución con estándares internacionales de seguridad.

La sostenibilidad es un principio transversal en cada proyecto: desde el uso de materias primas certificadas hasta la apuesta por la economía circular, con soluciones reciclables y reutilizables que ayudan a los clientes a adaptarse a las nuevas normativas europeas en materia de envases sostenibles.

Mirando al futuro

La estrategia de Enymax-Envasesa se centra en seguir invirtiendo en innovación, ampliar su capacidad operativa y consolidar su expansión en regiones como la de Huelva y el norte de Marruecos. El objetivo es claro: ofrecer al mer-

cado hortofrutícola e industrial soluciones cada vez más eficientes y sostenibles, sin perder los valores que la distinguen desde sus orígenes: la cercanía con el cliente, la flexibilidad para adaptarse a cada proyecto y la confianza de ser un socio sólido en un sector en constante transformación.

“Queremos crecer de la mano de nuestros clientes, ofreciendo los envases y embalajes más adecuados para cada producto, sin renunciar nunca a la cercanía y al compromiso que nos caracterizan”, concluye Álvaro Haro, director general de Enymax-Envasesa.



EL FUTURO SE ENVASA CON CONFIANZA

En **Enymax-Envasesa** Motril: packaging sostenible, adaptado a cada realidad y orientado al **futuro del sector hortofrutícola y agroindustrial.**

Packaging your future.



+34 958 13 83 79

info@envasesa.com | info@enymax.com

www.envasesa.com | www.enymax.com



ENYMAX[®]
ENVASESA

Diputación viaja a Fruit Attraction para mostrar su compromiso con el agro almeriense

La institución y la marca gourmet 'Sabores Almería' apoyan a las empresas y agricultores de la provincia en este foro internacional que se celebra en Madrid del 30 de septiembre al 2 de octubre

□ fhspain

La provincia de Almería volverá a demostrar su potencial agrícola en Fruit Attraction, la feria del sector más importante del mundo. Las empresas almerienses exhiben en este foro internacional la tecnología, innovación, investigación o la sostenibilidad económica y medioambiental que convierten a la agricultura de la provincia en líder y referente de este sector para decenas de países que se inspiran en el conocido como 'modelo Almería' por su eficiencia de recursos tan importantes como el agua.

En esta edición la Diputación Provincial de Almería y su marca gourmet, 'Sabores Almería', vuelven a viajar a Fruit Attraction con una delegación encabezada por el presidente de la institución, Javier A. García, con el objetivo de arropar y apoyar a las empresas y agricultores que han convertido la agricultura en el principal motor de creación de riqueza y empleo de la economía provincial. Fruit Attraction es un foro global que permite el intercambio de ideas y la creación de sinergias que mejoren y hagan avanzar a la agricultura ante los desafíos a los que se expone en la actualidad.

En este sentido, Javier A. García ha afirmado que existen contundentes datos de diversa naturaleza que demuestran el incontestable liderazgo agrícola almeriense como, por ejemplo, "Almería ha logrado con solo el 0.24 % de la superficie agrícola española producir el 7% de la horticultura de la UE (y el 27% de la producción de hortalizas de todo el país). Estos números son aún más importantes si consideramos que el agua, además de regar grandes superficies, genera empleo. Un hectómetro cúbico, que tiene un precio de unos 490.000 euros, se traduce en 36.719.200 euros en valor de la producción. No hay otra agricultura que optimice tanto el uso del agua como la nuestra".

Asimismo, el presidente ha puesto de relieve que la Diputación Provincial y la marca 'Sabores Almería' están al lado de



El presidente de Diputación con alcaldes, concejales y diputados en la pasada edición de la feria. /FHSPAIN

los agricultores y las empresas del sector y que en un encuentro como Fruit Attraction "les arropamos y acompañamos para impulsar su actividad y fomentar su crecimiento porque como institución debemos respaldar las demandas de quienes han propiciado el gran desarrollo económico y social que ha experimentado nuestra tierra en las últimas décadas. La agricultura almeriense es sinónimo de máxima excelencia a nivel mundial y nos sentimos profundamente orgullosos de ello".

Además, Javier A. García ha subrayado la importancia de este año que está siendo clave en la conquista y consolidación de los grandes objetivos de 'Sabores Almería': "Hemos dado pasos de gigante para la marca gracias a hitos históricos como la apertura del primer Espacio Gourmet de la marca, una tienda física en el corazón de la ciudad, en el Paseo nº 34, o con la apertura de la tienda online y nuestra presencia en los eventos gastronómicos más importantes del mundo como en Japón, Dubái o Estados Unidos,

con la entrada y expansión en nuevos mercados".

Impulso a la agricultura

Por último, el presidente ha enumerado algunas de las acciones más importantes que la Diputación Provincial lleva a cabo con el objetivo de favorecer la actividad agrícola como, por ejemplo, con inversiones y medidas que contribuyen a su desarrollo como con la higiene rural, la mejora de caminos, el impulso de 'Sabores Almería' y al consumo de productos almerienses o con infraestructuras que garanticen el agua de calidad.

"El éxito de nuestro agro repercute de forma directa en el beneficio de todos los almerienses como el principal tejido productivo de la provincia vinculando Almería a la máxima excelencia agroalimentaria del mundo. La agricultura es la principal responsable de la modernización y prosperidad de Almería. El campo es una seña inequívoca de la identidad y del orgullo que sentimos por ser almerienses", ha concluido Javier A. García.



ATRACCIÓN POR LO NATURAL

Atracción por Almería

FRUIT ATTRACTION 2025

Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas
30 SEPTIEMBRE - 2 OCTUBRE | IFEMA, Madrid

La Diputación de Almería y la marca gourmet de la provincia 'Sabores Almería' asisten a Fruit Attraction junto a las empresas almerienses para exportar sus productos al mundo.

www.saboresalmeria.com



Mabe inicia la campaña con más potencial y con la intención de aumentar un 15% el volumen de negocio

La inversión de las nuevas naves ha superado los 43 millones de euros. La capacidad de almacenaje y manipulado ha crecido un 30% tras las obras

 fhspain

Mabe inicia la campaña dejando atrás el mal trago del siniestro sufrido en el 2024 y con la mirada centrada en conseguir un aumento del volumen de negocio que supere el 15%. La situación se ha recompuerto por completo y en estos momentos la sociedad agraria de transformación de Las Norias de Daza cuenta con deuda cero y con una solvencia total de cara a clientes, proveedores y entidades financieras. El pasado año cerró el ejercicio con 190 millones de kilos facturados a lo largo de la campaña y este año quieren seguir creciendo un 15% más gracias a la continua entrada de agricultores socios.

Cuenta con 500 socios

Actualmente cuenta con 500 socios y en torno a 150 colaboradores que habitualmente comercializan su producción agraria a través de Mabe. De esos 190 millones de kilos que hicieron el año pasado, la mayor parte de la producción fue pimiento en todas sus variedades y tipos y pepino. Esta entidad también comercializó una alta producción de sandías, calabacín y berenjena.

En lo referente a comercialización las directrices son mantener la política actual de servicio con los clientes, no obstante, desde el departamento comercial de Mabe consideran que la colaboración y la comprensión por parte de los clientes de la empresa ha sido muy importante en todo el proceso negativo que arrastró la entidad meses atrás.

Mabe ha concluido ya todas las obras que se han realizado tras el devastador fuego, no obstante han sido necesarios 43 millones de euros de inversión para recuperar la totalidad de las instalaciones que tenía la entidad comercializadora.

La empresa que preside Antonio Ruiz, una vez acabada la inversión tiene todas las instalaciones renovadas y ha



Instalaciones actuales de Mabe ubicadas en Las Norias. /FHSPAIN

aumentado su capacidad de almacenaje y manipulado en un 30% respecto de la obra inicial que se inauguró hace unos años, lo cual le permite ofrecer sus instalaciones a nuevos socios para incrementar el volumen de negocio tal y como está previsto.

Un hecho que resulta relevante y destacan los expertos es haber sido capaces de haber mantenido la facturación, incluso habiendo soportado los efectos negativos de un siniestro tan contundente como el que arrasó sus instalaciones. Estos datos son posibles gracias a una gestión efectiva capaz de articular medidas económicas eficaces que den un resultado óptimo como así ha sido.

Desde Mabe se espera una campaña cargada de éxitos tras la recuperación de la normalidad una vez concluidas las obras.



Mural conmemorativo.



EL ORIGEN DE LA CALIDAD



WWW.MABESAT.COM

 Hortofruticola mabe sat

 satmabe

Paraje Loma del Boque, 120, 04716 Las Norias de Daza, Almería | T 950 58 33 00

El herbicida Ripper reafirma su eficacia en cítricos y uva

SIPCAM Iberia consolida este producto como una solución eficaz y sostenible, capaz de eliminar tanto gramíneas como dicotiledóneas resistentes



La aparición de resistencias en malas hierbas se intensifica en los cítricos y la uva de mesa de la Región, afectando a más del 40 % de las explotaciones hortofrutícolas según los últimos estudios. Estas plantas no solo compiten por nutrientes, agua y luz, sino que también facilitan la proliferación de plagas y enfermedades, poniendo en riesgo la rentabilidad de los cultivos. Frente a este desafío, el herbicida Ripper de SIPCAM Iberia, se consolida como una solución eficaz y sostenible, capaz de eliminar tanto gramíneas como dicotiledóneas resistentes, garantizando un control rápido y seguro para los agricultores murcianos.

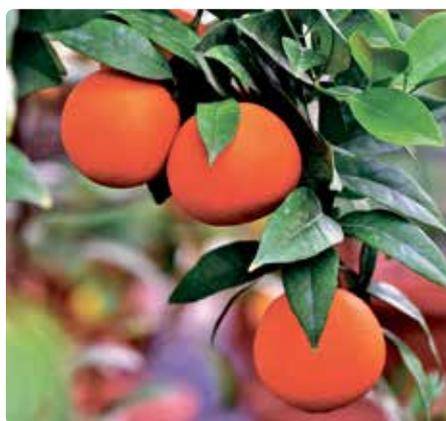
Conscientes de la notable capacidad que tienen las malas hierbas para adaptarse y resistir a los herbicidas convencionales, en SIPCAM Iberia han lanzado al mercado este año una solución que ha demostrado su capacidad para combatir las especies más resistentes de manera eficaz y sostenible, garantizando la rentabilidad y producción de los cultivos.

Con el propósito de controlar tanto las gramíneas como las dicotiledóneas, así como los rebrotes, la compañía de sanidad vegetal presentó la pasada primavera el herbicida Ripper, que incorpora coadyuvantes naturales en su formulación ideal para su aplicación inmediata. “Se trata de una solución total con baja volatilidad, que la hace más selectiva con el cultivo y que gracias a la sinergia de sus componentes potencia su efecto herbicida y una rápida eliminación de hasta las malas hierbas más resistentes”, explica el Product Manager Pepe Martínez.

Este formulado destaca entre las demás soluciones del mercado ya que es capaz de controlar todo tipo de hierbas y está listo para su uso. Para optimizar el excelente rendimiento de este nuevo herbicida, “se recomienda aplicarlo durante las primeras horas del día evitando las jornadas de viento, utilizando campanas y boquillas antide-



Parcela tratada con glifosatio (izquierda) y parcela tratada con Ripper (derecha). / SIPCAM IBERIA



riva o de baja presión y realizando entre una o dos aplicaciones, según el nivel de infestación”, comenta el Product Manager.

Estrategia para cítricos y uva de mesa

El Cenizo (*Chenopodium album*), la Conyza, la Malva son algunas de las malas hierbas de hoja ancha que más preocupan a los profesionales agrícolas en sus cítricos. La delegada comercial de la zona Isabel Galindo resalta de esta herramienta: “Solo lleva unos meses en el mercado y este herbicida ya ha demostrado ser capaz de eliminar las malas hierbas gramíneas, anuales y perennes ofreciendo una rápida

absorción y traslocación”, afirma. “Gracias a su formulación, provoca una pérdida de la integridad de la membrana celular, consiguiendo así secar la planta”, detalla.

Un ensayo realizado en mayo en Cartagena para el control de Conyza, corroboró que es mucho más efectivo que otras soluciones: “Mientras que en la parcela tratada con glifosato no se observaron cambios, en la tratada con Ripper se logró una eficacia completa”, añade la delegada.

Mejora de eficacia

Para lograr una efectividad máxima, se recomienda aplicar en gramíneas hasta el ahijado y en dicotiledóneas hasta la sexta hoja y cuando estén más desarrolladas. “También es conveniente repetir la aplicación a los 20 días y combinar este herbicida con productos con otro modo de acción, así como aumentar el volumen de caldo y adaptar la dosis”, explica la experta en cultivos murcianos.

En un contexto donde las resistencias de las malas hierbas son un desafío constante, contar con herramientas avanzadas como las de SIPCAM Iberia es clave para garantizar la viabilidad y rentabilidad de las explotaciones agrícolas.



RIPPER®

Ripper®



RIPPER®

R.I.P. A LAS MALAS HIERBAS



- **Innovación:** LISTO PARA SER USADO, con acción sistémica sobre gramíneas y de contacto contra dicotiledóneas y rebrotes.
- **Control** de hierbas difíciles o resistentes a otros modos de acción.
- **Sinergia** con herbicidas de otros grupos químicos.
- **Selectivo**, baja tensión de vapor que reduce la deriva.

sipcamiiberia.es

Uso reservado a agricultores y aplicadores profesionales. Lea siempre la etiqueta antes de usar el producto y siga las instrucciones.

SIPCAM
IBERIA

SUCA sigue trabajando en los retos de la nueva campaña

La cooperativa de segundo grado acude a la feria de IFEMA mientras sigue buscando soluciones para problemas como las plagas o la gestión de residuos

□ fhSpain

La cooperativa de segundo grado SUCA acudirá a la feria Fruit Attraction como visitante en un arranque de campaña agrícola condicionado por importantes retos. El thrips parvispinus, la incidencia del virus del rugoso en tomate, la falta de lluvias que amenaza al olivo y la persistencia de la mosca de la fruta en cítricos marcan un escenario complejo. Ante estas dificultades, SUCA trabaja estrechamente con Bioline, empresa participada por la cooperativa, y con otras firmas especializadas en control biológico para garantizar la fauna auxiliar más adecuada en cada caso. En el ámbito de los fitosanitarios, mantiene su compromiso de seleccionar únicamente productos que combinen eficacia y sostenibilidad, apoyándose en un departamento técnico que analiza y valida cada referencia antes de ofrecerla a las cooperativas con todas las garantías.

Residuos agrícolas

La gestión de residuos agrícolas es otro de los puntos sensibles, especialmente con la decisión de las plantas de tratamiento de dejar de aceptar rafia plástica mezclada con restos vegetales. Aunque existen opciones biodegradables, en cultivos como el pimiento no siempre proporcionan la sujeción necesaria. SUCA, que desde hace tiempo incluye estas alternativas entre sus soluciones, está trabajando en nuevas opciones que permitan a sus asociados adaptarse a la normativa sin comprometer la seguridad de las explotaciones. Esta búsqueda constante de respuestas es la base del modelo que ha consolidado a SUCA desde 1984, actuando bajo la demanda de sus 70 cooperativas, identificando ne-



Juan Moya, presidente de SUCA. / SUCA

cesidades reales en cada zona y ofreciendo beneficios tangibles al agricultor. Con sedes en El Ejido, Chauchina y Huelva, su ámbito de actuación abarca desde Murcia hasta Lepe, consolidándose como referente en la compra conjunta de suministros esenciales para el campo.

El último ejercicio se cerró con una facturación de 271 millones de euros, ligeramente por debajo del año anterior debido a la caída de precios en carburante y cartón, tras un 2023 de fuertes incrementos. Aun así, SUCA mantiene una situación financiera sólida y continúa generando ahorros para los agricultores al garantizar mejores condiciones

de compra en áreas como fitosanitarios, plásticos, riego, ferretería o complementos. Las previsiones para 2025 sitúan la cifra de ventas en torno a 270 millones de euros, con Almería y la costa de Granada superando los 160 millones, el interior de Andalucía rondando los 46 millones y Huelva y Cádiz en torno a 66 millones. La asistencia a Fruit Attraction servirá para reforzar contactos, detectar innovaciones y seguir avanzando en un compromiso que no ha cambiado en más de cuatro décadas: trabajar por y para las cooperativas, ofreciendo seguridad, soluciones y confianza en cada campaña.

EL PODER DE LA COOPERACIÓN



HORTOFRUTÍCOLA



OLIVAR



FRUTALES



BERRIES



SUBTROPICAL



CÍTRICOS



ESPÁRRAGOS

**El objetivo de SUCA
es que el agricultor reciba lo máximo
por el mínimo coste.**

SUCA ALMERÍA

CRTA. ALMERIMAR S/N • 04700 • EL EJIDO (ALMERÍA)
Tlf.: 950 581 869 • 950 581 870
e-mail: infoсуca@coopsuca.com

SUCA GRANADA

C/ Comercio Nº2 (Pol. La Rosa) • 18330 CHAUCHINA (GRANADA)
Tlf.: 958 513 002 • Fax: 958 511 352
e-mail: pedidosgr@grupосуca.com • e-mail: daniel@grupосуca.com

SUCA HUELVA

C/ Parque Empresarial. Avda. de Los Empresarios Parc 7.11 y 7.12 • 21007 • HUELVA
Tlf.: 959 657 200 • Fax: 959 353 220
e-mail: pedidoshu@grupосуca.com

 **SUCA**
Sociedad Cooperativa Andaluza

El Ejido comienza una nueva campaña al frente de Almería

El municipio ejidense se ha convertido en el motor agrícola de la provincia almeriense gracias a sus 13.200 hectáreas de invernaderos y sus 1.420 millones de euros anuales de producción



Vista aérea de El Ejido. IFHSPAIN



El Ejido se ha convertido en apenas unas décadas en la huerta de Europa. Así lo evidencian datos como sus 13.200 hectáreas de invernaderos y una producción que supera los 1.420 millones de euros anuales, los cuales le sirven para ser el principal motor de la agricultura almeriense.

Las últimas cifras, fechadas de la campaña 2024/2025, señalan que la provincia de Almería alcanzó en total 4.100 millones de kilos de frutas y hortalizas valorados en casi 3.900 millones de euros. Algo que, además, supuso un crecimiento del 47% con respecto al año anterior y que demuestra la gran cuota ocupada por los agricultores ejidenses.

Ahora, la nueva campaña supone un nuevo reto para estos, que se enfrentan a un curso donde el pimiento marcará gran parte de la campaña debido al peligro que el *Thrips parvispinus* significa para los cultivos. Y es que el control biológico parece no controlar una plaga que ya obliga

a los productores a arrancar hectáreas enteras mientras la Unión Europea endurece las restricciones de fitosanitarios.

Ante ello, el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ya ha deseado que “las plagas que están incrementando su incidencia en las últimas semanas den un respiro a nuestros agricultores a través del control integral”. Aunque sí es cierto que el municipio es optimista tras cosechar durante la pasada campaña unos datos en los que se incrementó tanto la producción como el valor de comercialización, pese al incremento también de los costes de producción.

Góngora ha apostado, de esta forma, por una campaña que sea “productiva” y que ofrezca unos “precios justos para el agricultor como garantía para que el sector pueda seguir avanzando en competitividad e invirtiendo, como viene haciendo campaña tras campaña, en innovación, tecnología, sostenibilidad y calidad”.

Y es que, según ha apuntado el primer edil, el curso arranca en un entorno político, económico y normativo complejo, con

temas importantes sobre la mesa para el futuro del sector como la modificación del acuerdo comercial UE-Marruecos, la presión fitosanitaria o la gestión de restos vegetales, que dificultan en demasía el trabajo de los agricultores.

Unos retos a los que Góngora ha sumado el “alcanzar el equilibrio hídrico que garantice el futuro de nuestro sector hortofrutícola, motor de la economía de El Ejido”, para lo que es necesario “acelerar las inversiones en infraestructuras, utilizar todas las fuentes hídricas disponibles y seguir avanzando en optimizar su uso”.

En definitiva, el municipio de El Ejido se prepara para una nueva campaña que abastezca a Europa. La proyección internacional y el respeto mundial a los productos ejidenses hacen que alrededor del 80% de cosechas se destinen a la exportación; motivo de orgullo para todo un pueblo que ha convertido un desierto en referente agrícola gracias a su constante innovación, tal y como demuestran su control biológico de plagas y sus sistemas de riego tecnificado.



EL EJIDO

gourmet QUALITY



**fruit
attraction**

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE
FRUTAS Y HORTALIZAS

**30 sept - 02 oct
2025**



EL EJIDO
AYUNTAMIENTO

www.elejido.es

Ferias profesionales: un espacio estratégico para el desarrollo agrario en la era de la conexión

□ fhspain

Un mundo cada vez más digitalizado, donde la interacción se mide en clics y las relaciones parecen construirse a través de pantallas, el valor del contacto físico cobra una nueva dimensión. Especialmente en sectores como el agroalimentario, donde la confianza, la calidad y la innovación necesitan mostrarse, tocarse y conversar cara a cara. Las ferias profesionales, lejos de quedar obsoletas, han evolucionado hasta convertirse en escenarios imprescindibles para conectar, posicionarse y crecer en un entorno cada vez más competitivo.

Las empresas del sector agroalimentario —desde productores hasta distribuidores, pasando por tecnológicas, centros de investigación y fabricantes de insumos— encuentran en las ferias una oportunidad única para visibilizar sus productos, consolidar su marca y generar alianzas estratégicas. Y es que, aunque las plataformas digitales permiten llegar a públicos globales, ningún algoritmo reemplaza la fuerza de un apretón de manos o el impacto de una demostración en vivo.

Más que un espacio comercial

En ese contexto, las ferias son mucho más que un espacio comercial: son entornos de aprendizaje, innovación y generación de comunidad. Reunir en un solo lugar a los actores clave de la cadena de valor agroalimentaria permite detectar tendencias, analizar mercados, compartir avances tecnológicos y establecer vínculos que muchas veces se traducen en nuevas oportunidades de negocio. Además, asistir a estos eventos permite salir del día a día operativo y mirar al sector con una perspectiva más estratégica, detectando oportunidades de transformación y mejora.

Este tipo de espacios resultan particularmente relevantes para regiones con una fuerte vocación agroalimentaria, como es el



caso de nuestra Región de Murcia. Reconocida por su capacidad productiva y por la calidad de sus frutas y hortalizas, esta zona del sureste español necesita también plataformas de visibilidad internacional que le permitan posicionar su liderazgo, atraer inversión y consolidarse como un polo de innovación agrícola. Las ferias no solo muestran lo que se produce, sino también lo que se investiga, lo que se transforma y lo que se proyecta hacia el futuro.

HortiFruit 2025

Una cita que refleja perfectamente este nuevo enfoque es HortiFruit 2025, la gran feria internacional agrícola del sureste español, que se celebrará del 20 al 22 de noviembre de 2025 en el Palacio de Ferias y Exposiciones de la Región de Murcia (Torre Pacheco). Con más de 30.000 m² de exposición y la participación de más de 200 empresas, HortiFruit nace con el propósito de consolidarse como el punto de encuentro de referencia para el sector hortofrutícola, especialmente en una región clave como Murcia, una de las huertas más importantes de Europa.

Durante tres días, productores, comercializadores, startups, centros de investigación, universidades y empresas tecnológicas

podrán intercambiar conocimientos, asistir a charlas, participar en talleres y descubrir de primera mano las últimas innovaciones aplicadas al campo. El evento está diseñado para promover la digitalización, la sostenibilidad y el desarrollo de nuevos modelos de negocio adaptados a los desafíos actuales del sector.

Además, HortiFruit no es solo un escaparate para mostrar productos; es una plataforma para conectar con compradores internacionales, encontrar aliados estratégicos y abrir nuevos mercados. Con espacios para demostraciones en vivo, un completo programa técnico y actividades diseñadas para el networking profesional, la feria se presenta como una oportunidad concreta para posicionar tu marca donde realmente importa: frente a quienes toman decisiones.

Contacto físico, más valor

En tiempos donde las redes sociales y las plataformas digitales son fundamentales, el contacto físico cobra aún más valor. Porque es precisamente en esa mezcla entre lo virtual y lo presencial donde se construye el nuevo paradigma de las relaciones comerciales: uno más humano, más cercano, pero también más exigente.

Las plantas dejan de admitir residuos con rafia plástica

Aunque no está prohibido su uso, las plantas no aceptarán este residuo al tener prohibido desde esta misma campaña el poder gestionar estos residuos de forma mezclada

fhspain

Para esta campaña, los agricultores almerienses se deberán de enfrentar a una nueva dificultad, y es que no podrán utilizar rafias de plástico en sus cultivos. Y no porque esté prohibido su uso, sino porque ya no habrá quién gestione ese residuo plástico mezclado con los restos vegetales.

Así se lo han confirmado a COAG Almería la mayoría de las plantas de gestión de residuos vegetales de la provincia de Almería, las cuales no aceptarán este tipo de rafia al tener prohibido desde esta misma campaña el poder gestionar estos residuos de forma mezclada. “Nos vemos abocados a afrontar un cambio



en el cual los agricultores tenemos que utilizar rafias compostables o biodegradables, o decidir separar la rafia antes de finalizar del cultivo”, explicaba el secretario provincial de COAG Almería, Andrés Góngora, quien ha aclarado que la rafia de plástico sigue siendo legal. Sin embargo, este cambio sí que provocará que los agricultores vean cómo el coste

de las rafias se multiplica por cinco esta campaña. Un hecho ante el que COAG Almería ya ha solicitado una reunión conjunta a la Delegación Territorial de Agricultura y de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en Almería para tratar el problema.

“Queremos que nos acompañen las plantas de gestión de residuos vegetales para hacer un frente común y solicitar ayuda para este sobre coste que se nos viene esta campaña. La rafia biodegradable y la compostable son más caras que las tradicionales, así como también lo es tener que separar la rafia de los restos vegetales, donde el coste de mano de obra en algunos cultivos es muy importante”, ha señalado el propio secretario general de COAG Almería.

**HORTI
fruit** 2025

Feria
Internacional
Agrícola

20-22
nov 2025

¡ÚNETE A LA VANGUARDIA
DE LA AGRICULTURA!



ife*
pa



agromarketing
CUIDANDO SOLUCIONES

PALACIO DE FERIAS Y EXPOSICIONES
DE LA REGIÓN DE MURCIA

Avda. Gerardo Molina, 117 / TORRE PACHECO / MURCIA
Tel. 968 33 63 83 / ifepa@ifepa.es

www.hortifruit.com

Patrocina:



cajamar
CASA RURAL

Campoés

Comunidad de Regantes
Campo de Cartagena

Roldan Netya

Colabora:

el abuelo

INSOR

AgroBank

éDULZE

SEAC

Inforges

Comunidad
Pública de Cartagena

Comunidad
Pública de Murcia

Comunidad
Pública de Murcia

Cámara

afe

KGM

COEXPHAL promueve la primera Comunidad IT del sector agroalimentario de Almería

El proyecto tiene previsto avanzar en cuatro fases: preparación, puesta en marcha, consolidación y una etapa de madurez orientada a la innovación y la creación de un observatorio tecnológico

□ Jessica Valverde

La Asociación de Organizadores de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería, COEXPHAL, presentó el pasado 10 de septiembre el proyecto en el que se encuentran inmersos la Comunidad IT. Lo ha hecho en una jornada sectorial celebrada en el CIT COEX a la que acudieron los responsables de IT de las principales empresas del sector.

Este proyecto, pionero en Almería, nace con el objetivo de representar y defender los intereses de los productores de la provincia, facilitar la competitividad de sus empresas, cohesionar al sector agrícola y situarlo a la vanguardia de la innovación tecnológica.

La iniciativa se estructura en varias fases, concretamente cuatro. La primera de estas será de preparación, en ella se definen la misión, los objetivos y el valor diferencial de la Comunidad, se crea un canal digital de comunicación entre responsables IT, se constituye un comité coordinador y se establece un calendario de reuniones bimensuales.

La segunda fase, de puesta en marcha, incluye un encuentro participativo de lanzamiento, una encuesta para identificar prioridades, la definición de la agenda inicial y el arranque de una biblioteca compartida de recursos.

Posteriormente, en la fase de consolidación, se formarán grupos de trabajo temáticos, se organizarán talleres con expertos, se recopilarán casos de éxito y se evaluarán los resultados obtenidos.

Finalmente, la etapa de crecimiento y madurez permitirá estrechar vínculos con universidades, startups y proveedores tecnológicos, lanzar proyectos piloto de innovación digital en el agro y poner en marcha un observatorio tecnológico que sirva como referencia nacional.



Imagen de la presentación del proyecto. /FHSPAIN

Objetivos

Cabe mencionar que la Comunidad IT nace como un foro permanente de colaboración entre responsables tecnológicos del sector agrícola. Su objetivo es afrontar de forma conjunta los retos digitales, impulsar la aplicación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el internet de las cosas, el blockchain o la robótica, y reforzar la ciberseguridad. Además, ofrecerá formación práctica continua y pondrá en marcha un radar tecnológico para anticipar tendencias y cambios regulatorios.

Con esta iniciativa, la asociación pretende posicionar al sector agroalimentario de Almería como referente nacional en innovación digital aplicada al campo. “Queremos dejar claro que la comunidad IT no será un spa para las empresas. Su objetivo es evaluar y poner a prueba a proveedores, fabricantes y desarrolladores de tecnología agrícola, garantizando que las soluciones

sean útiles para los socios y contribuyan a su competitividad”, ha comentado Juan José Vázquez, director de Negocio de COEXPHAL.

“También es fundamental abordar de forma conjunta los riesgos de ciberseguridad. La participación de los responsables de IT permitirá generar un espacio común de trabajo y discusión sobre los avances tecnológicos que nos afectan”, ha añadido Vázquez, quien considera que “la colaboración con empresas externas como SEIDOR nos aporta soluciones innovadoras que refuerzan la capacidad del sector para responder a las nuevas demandas”.

Desde el punto de vista de la producción, Mercedes Mañas, directora de Crecimiento y Estrategia en IKOS Advanced, ha añadido que “lo más importante es que los asociados nos vean como un aliado y un referente que les ayuda a mejorar su eficiencia y productividad.

Agroponiente inaugura sus nuevas instalaciones de Primores en La Mojonera

Será un centro de confección de calabacín e impulsará la tendencia creciente de la empresa



Agroponiente celebró el pasado miércoles, 17 de septiembre, la inauguración oficial de su nuevo centro Agroponiente Primores, ubicado en la calle Escultores de La Mojonera, consolidando un paso más en su estrategia de crecimiento, sostenibilidad y cercanía con los agricultores.

El acto, presidido por el CEO de la compañía, Imanol Almudí, reunió a numerosos agricultores de la zona, miembros del equipo de Agroponiente y representantes institucionales. Entre ellos destacaron el alcalde de La Mojonera, José Miguel Hernández, la concejala de Agricultura, Paqui Pardo, y la concejala de Urbanismo, Rocío Vega, quienes subrayaron la importancia de este nuevo proyecto para la economía local y el sector hortofrutícola almeriense.

Una apuesta por la sostenibilidad y el futuro

Durante su intervención, Imanol Almudí destacó que estas instalaciones reflejan el compromiso de Agroponiente con la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad: “Hoy no inauguramos solo un edificio, sino una nueva etapa que sitúa a Agroponiente a la vanguardia del sector, siempre de la mano de nuestros agricultores y con el firme propósito de generar un impacto positivo en la sociedad y en el entorno”, afirmó.

El nuevo centro cuenta con infraestructuras modernas que optimizan la logística y la calidad del producto, reforzando la capacidad de la empresa para atender a sus clientes nacionales e internacionales con los más altos estándares.

Reconocimiento institucional

Por su parte, el alcalde José Miguel Hernández destacó la relevancia de Agroponiente como motor económico del munici-



Fachada de Agroponiente. Nuevas instalaciones de Primores en La Mojonera. /FHSPAIN



En el centro, el CEO de Agroponiente, Imanol Almudí, junto al alcalde de La Mojonera, miembros del Ayuntamiento y directivos de la empresa. /FHSPAIN

pio: “La Mojonera se siente orgullosa de acoger este proyecto, que no solo genera empleo y oportunidades, sino que también refuerza el papel de nuestro municipio como epicentro de la agricultura almeriense”.

Un encuentro cercano con agricultores y equipo

El evento contó con la presencia de nume-

rosos agricultores, protagonistas fundamentales del proyecto Agroponiente, quienes pudieron recorrer las nuevas instalaciones y compartir un momento de celebración junto al equipo de la empresa. Con esta inauguración, Agroponiente reafirma su compromiso con el campo almeriense, la sostenibilidad certificada y la construcción de un futuro consciente, innovador y responsable.

Almería ya trabaja en la flor de Pascua con vistas a la Navidad

Los productores almerienses comienzan ahora el cultivo de más de 3 millones de unidades de esta emblemática planta, que estará lista para llenar de color los hogares a partir de noviembre

□ fhspain

Mientras gran parte del país se despide aún del verano, en los invernaderos de Almería ya se cultiva la planta que anuncia la Navidad: la poinsettia o flor de Pascua. Y es que los productores almerienses comienzan en julio y agosto el cultivo de más de 3 millones de unidades de esta emblemática planta, que estará lista para llenar de color los hogares de toda España a partir de mediados de noviembre.

El cultivo es escalonado, ya que los formatos grandes se plantan a mediados de julio, mientras que los más pequeños se siembran durante agosto y septiembre. Luego, tras el trasplante, se lleva a cabo el pinzado y cada planta recibe su gotero para asegurar un desarrollo uniforme.

Según las empresas productoras y comercializadoras de esta flor de Pascua, que están agrupadas en Plantaespaña, el mercado principal sigue siendo España,



Invernadero de poinsettias. /FHSPAIN

aunque cerca del 15% de la producción se exporta ya a países como Francia, Portugal e, incluso, el norte de Italia. “Nuestros clientes valoran que nuestras poinsettias tienen más durabilidad. Aquí crecen con luz natural y menos fitosanitarios”, señalan desde Plantaespaña.

Una organización que, además, ha querido destacar que, aunque la poinsettia se ha convertido en un producto de reclamo para el retail, dejando márgenes de beneficio muy estrechos, “detrás tiene mucho trabajo y un cultivo muy delicado” que hay que valorar.

El campo gana ocupados y reduce los parados en el segundo trimestre

□ fhspain

Según los últimos datos aportados por la Encuesta de Población Activa, difundida por el Instituto Nacional de Estadística, la agricultura registró en el segundo trimestre de este año 2.800 ocupados más que en los tres primeros meses de 2025 y 7.500 desempleados menos.

Así, en total, esta encuesta ha contabilizado a finales de junio 764.700 ocupados en el sector agrario, lo que supone un 0,37% más que en el primer trimestre de

2025, pero un 0,94 % menos en comparación con el segundo trimestre de 2024.

Además, esta tendencia se repite en lo que al número de desempleados se refiere, el cual se situó en 123.000 personas dedicadas al sector primario, lo que representa un 5,73% menos que en el primer trimestre de 2025, pero un 1,28 % más en relación al mismo trimestre de 2024.

En resumen, estas cifras mejoran lo registrado en ambos ámbitos durante el primer cuarto de año, aunque sí es necesario destacar que 2025 no está cosechando los grandes datos que 2024 dejó a su paso.





**gusto
del Sur**

ES CALIDAD.
ES ANDALUCÍA.

**Elige la gran marca de calidad
de los alimentos y bebidas
de Andalucía.**



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía

ENTREVISTA

José Francisco Garrido

• Alcalde de Níjar

“Níjar es líder en Europa en cuanto a superficie de ecológico”

□ Jessica Valverde

El alcalde de Níjar, José Francisco Garrido ha ofrecido una entrevista a FHS-PAIN en la que ha hablado sobre temas de actualidad así como de la importancia de la Fruit Attraction para el municipio.

P.- Ante el comienzo de una nueva campaña agrícola, ¿qué espera de esta nueva temporada?

R.- Esperamos que nuestros agricultores puedan trabajar sin que nadie les ponga trabas. Bastante difícil es tener que capear con la meteorología adversa o con los virus que proliferan cada campaña, como para que además alguien les ponga palos en las ruedas. Para eso, es imprescindible que afrontemos sin complejos los principales retos que tiene nuestro campo, como garantizar el agua necesaria para riego, la competencia desleal de terceros países y, por supuesto, que los agricultores puedan vender sus productos sin pérdidas, es decir, que cubran los costes que les suponen y que obtengan los beneficios oportunos. Somos plenamente conscientes de que los políticos no podemos ser un obstáculo, sino todo lo contrario: que estamos aquí para hacerles la vida más fácil.

P.- El agua sigue siendo un problema en el campo nijareño, ¿en qué situación se encuentra la desaladora de Carboneras?

R.- El agua es fundamental para Níjar, y nuestro futuro pasa por garantizársela a nuestros agricultores en cantidad suficiente, con la calidad adecuada, y a un precio justo. Y es cierto que la desaladora de Carboneras, de un tiempo a esta parte, ha dado más de un quebradero de cabeza a los regantes del Campo de Níjar. Confiamos en que se acometan las obras previstas de reparación en tiempo y forma, pero que se planifiquen de manera que no perjudiquen al inicio de la nueva campaña agrícola, y sobre todo, que esas obras sirvan para que los bastidores de esta desaladora dejen de averiarse cada poco tiempo. Como Ayuntamiento, nosotros apenas tenemos competencias en materia hídrica, pero trabajamos en dos vertientes: por un lado, en la constitución de la CUMA, algo que vendrá a dar seguridad jurídica a nuestros regantes, y por otro lado, en la ejecución de obras como las del depósito



de abastecimiento de cabecera, a las afueras de la Villa de Níjar. Se trata de unas obras de vital importancia, ya que este depósito recoge agua de la desaladora de Carboneras que después suministra tanto para riego como para consumo humano a los nijareños. Para que se hagan una idea: antes de esas obras, el depósito estaba funcionando al 50% de su capacidad debido a las pérdidas de agua que presentaba. Con las obras de impermeabilización que hemos realizado, las instalaciones podrán usarse a pleno rendimiento con una capacidad total de 20.000 metros cúbicos y sin pérdidas de agua.

P.- ¿Están trabajando en algún proyecto en materia agrícola desde el Consistorio?

R.- En un municipio como Níjar, el trabajo con los agricultores es el pan nuestro de cada día. Trabajamos desde distintas aristas, desde lo que comentaba anteriormente en materia hídrica, como en la mejora continua de caminos rurales, el incremento de la seguridad con la puesta en marcha de la patrulla rural, y con campañas especiales de vigilancia como la que realizamos durante la pasada campaña de sandía. También hemos impulsado, y vamos a seguir haciéndolo, diversas campañas de defensa y promoción de nuestra agricultura, y seguimos ilusionados con el proyecto de agroturismo que queremos desarrollar en los próximos años en el municipio. Pero también he de decir que, muchas veces, el trabajo que como Ayuntamiento realizamos en materia agrícola es un trabajo soterrado, que no se ve, pero que es constante, con reuniones a todos los niveles, intermediando con empresas y administraciones, poniendo sobre la mesa cuestiones vitales, como el agua para los cultivos, las ayudas a los agricultores, o el empujar para agilizar el Puerto Seco de Níjar.

P.- El Puerto Seco es uno de los grandes retos de futuro para Níjar.

R.- En efecto. Es la gran obra transformadora que tenemos por delante. La situación actual es que seguimos a la espera del informe definitivo del Ministerio de Transportes para poder seguir avanzando: mientras no llegue ese informe, el proyecto sigue en ‘stand-by’. Hablamos de una megainfraestructura que contempla 175 hectáreas de superficie logística conectada por ferrocarril al Corredor Mediterráneo a través de la futura línea de alta velocidad Almería-Murcia. Digo proyecto transformador porque el Puerto Seco, una vez esté operativo, convertirá a Níjar en un punto estratégico en la conexión logística con el resto de España y con Europa, impulsando así nuestro desarrollo económico. Por eso, desde el primer día en que llegamos a la Alcaldía, hemos sido especialmente reivindicativos con el Puerto Seco, exigiendo por escrito mayor agilidad a todas las administraciones implicadas —Gobierno de España, ADIF y Junta de Andalucía—, e impulsando un manifiesto respaldado por todas las empresas agrícolas, turísticas y hosteleras del municipio, así como por la Cámara de Comercio, y por figuras como el presidente de la Diputación, y los alcaldes de Almería y de El Ejido. Todos los firmantes de ese manifiesto compartimos la convicción de que el tren del Puerto Seco no puede pasar de largo ni sufrir demoras injustificadas. Es una infraestructura estratégica no sólo para Níjar, sino para toda la provincia de Almería. Y nos va el futuro en ello.

P.- En cuanto a la feria, una cita como Fruit Attraction es un lugar ideal para mostrar la oferta conjunta de Níjar de Turismo y Agricultura.

R.- Así es. Níjar es el municipio líder en toda Europa en cuanto a superficie de cultivos ecológicos. Ningún otro municipio en todo el continente posee mayor porcentaje de superficie dedicada a agricultura ecológica certificada, y eso nos convierte en líderes europeos en sostenibilidad. La Fruit Attraction es un escaparate ideal para mostrar al mundo ese liderazgo, y que Níjar representa como nadie las tres ‘eses’ del campo: sabor, salud y sostenibilidad. En cuanto a esa oferta conjunta agroturística, llevamos tiempo trabajando para impulsar un modelo de turismo agrícola que aporte para desestacionalizar y atraer visitantes durante todo el año, aunando sinergias entre estos dos sectores. Todavía nos queda faena por delante para consolidar ese proyecto de agroturismo que queremos liderar, y vamos paso a paso, pero más pronto que tarde será una realidad.

En Níjar sabemos cuidarte



Porque donde disfrutas y veraneas también
producimos saludables hortalizas



Ayuntamiento de Níjar

www.nijar.es



#nijartumunicipio

#productonijar

Isabel Alonso S.L., 25 años siendo líder en el transporte de mercancías

Cuentan con una flota de 350 cabezas y 650 frigoríficos que se mueven por toda Europa



□ **Carlos Gutiérrez**

Isabel Alonso S.L. es una de las empresas referentes dentro del sector del transporte, ofreciendo sus servicios desde el año 1999.

A lo largo de 25 años, la entidad ha generado más de mil puestos de trabajo y cuenta con una flota de 350 cabezas y 650 frigoríficos que se mueven por toda Europa. La empresa familiar destaca, además de por realizar un trabajo de gran calidad, por su firme apuesta por la tecnología y digitalización, de hecho, realiza trabajos relacionados con el desarrollo tecnológico y digital de manera continuada. A esto se suman el buen mantenimiento que realiza en sus distintas instalaciones, como son obras de ampliación y modernización. Los últimos trabajos fueron los realizados en sus bases logísticas en El Ejido, Almería, Bonares, Huelva, y en Antas, también en la provincia almeriense, con 160.000 metros cuadrados, 40 muelles de carga y descarga, una estación de servicio con ocho calles de repostaje, y un amplio aparcamiento con 600 plazas para tráileres y 800 plazas para vehículos, completado con 3600 metros cuadrados de oficina.

Los dos pilares fundamentales de Isabel Alonso S.L. definen la entidad: servicio y eficacia. Así, la empresa logística siempre actúa adaptándose a las necesidades de sus clientes, y no al revés. Además, presenta un servicio integral desde el primer contacto con el cliente hasta que finaliza la descarga, realizando una firme apuesta por la satisfacción y fidelización del cliente, estando muy comprometidos con la calidad de productos y servicios, ofreciendo transparencia y seriedad.

En referencia a los mercados a los que llega, cabe mencionar la actitud conservadora que sigue la empresa con el objetivo de afianzar su presencia en los mercados en los que ya está presente, siendo estos Holanda, Bélgica, Alemania, Francia y Gran Bretaña. Entre los aspectos que diferencian a esta entidad de las empresas competidoras son sus valores, entre los que destacan su compromiso por ser una empresa de vanguardia en Andalucía y en constante expansión.

Equipo humano

A esto se suma el compromiso del equipo con el que cuenta Isabel Alonso S.L.,

considerando a sus trabajadores parte fundamental de la entidad, facilitándoles la realización de sus labores. Se rige por principios tan importantes como la igualdad de oportunidades, el respeto, facilitando formación para que crezcan como profesionales y apostando por su seguridad en el trabajo.

Además, el bienestar de los trabajadores es una máxima en Isabel Alonso S.L., proporcionando una sala a los chóferes donde pueden descansar, además de poner a su disposición un taller mecánico con equipamiento de lavado, permitiendo así mantener los vehículos en las mejores condiciones, garantizando el buen estado de la mercancía y la comodidad de los trabajadores.

Finalmente, cabe mencionar uno de los elementos diferenciadores de Isabel Alonso S.L. como es su marcado carácter familiar, un valor añadido por el que la entidad ha recibido galardones, como lo fue el premio Familia-Empresa que otorga cada año la Cátedra BBVA de Empresa Familiar de San Telmo Business School, por la generación y mantenimiento de empleo y la mejora constante como empresa.

Cricket: agricultura en movimiento

La empresa quiere poner de manifiesto toda la evolución, adaptación, innovación y tecnificación que está aplicando para satisfacer las necesidades de clientes y consumidores



Cricket estará presente en Fruit Attraction 2025 bajo el claim 'Agricultura en movimiento', un concepto que resume la manera en la que la compañía entiende su trabajo: evolución constante, compromiso con la sostenibilidad y capacidad de adaptación a las demandas del mercado.

“Con este lema queremos poner de manifiesto toda la evolución, adaptación, innovación y tecnificación que estamos aplicando para satisfacer las necesidades de clientes y consumidores y continuar liderando el mercado de las brásicas. Siempre con el foco puesto en las tendencias y en las necesidades que identificamos para seguir anticipándonos y ofrecer lo mejor”, afirma Toñi Piernas, directora de comunicación de Cricket.



Entre los ejes de la presencia en la feria destaca el programa BiodiversityGrow, en marcha desde 2023 y actualmente en proceso de certificación. La iniciativa ha supuesto un importante paso adelante hacia un modelo de cultivo más respetuoso con el entorno, que se apoya en la investigación y la colaboración con centros de referencia como la UPCT, el IMIDA, además de con casas de semillas y empresas de biofertilizantes. El

stand de Cricket (7C10, Pabellón 7) será otro de los grandes atractivos. Concebido como un espacio alineado con la estrategia de comunicación, busca ofrecer a clientes una experiencia cercana y diferencial, reflejando la especialización de la empresa en el ámbito de la familia de las brásicas además de su producción de alcachofa.

La parte culinaria tendrá un protagonismo especial con la participación del chef Pablo González, embajador de Cricket y distinguido con dos estrellas Michelin. Además de su intervención en Factoría Chef, el cocinero realizará en el propio stand de la compañía distintos showcookings exclusivos para clientes, donde las verduras Cricket serán las protagonistas de elaboraciones creativas y de alta cocina. Con su presencia en Fruit Attraction, Cricket reafirma su posición como referente en la producción y comercialización de brásicas.

Cricket



fruit
attraction

**AGRICULTURA
EN
MOVIMIENTO**

30 Sept * 02 Oct

Stand 7C10

somocricket.com



El mildiu vuelve a escena en la Región de Murcia

Desde SIPCAM Iberia consideran “primordial contar siempre con un fungicida de contacto y sistémico para que, ante el primer signo de aparición de esta enfermedad, se pueda combatir”

 fhspain

Las plantaciones de lechuga protagonizan el inicio de la campaña de otoño en la Región de Murcia. Junto a ellas, se manifiestan las primeras lluvias otoñales, causantes de múltiples enfermedades fúngicas como el mildiu (*Bremia lactucae*). A pesar de ser una de las afecciones más comunes y conocidas, el mildiu sigue inquietando a los profesionales agrícolas por sus graves efectos sobre la rentabilidad de la producción agrícola, ya que podría llegar a menguar unas exportaciones que alcanzaron el valor de 600,4 millones de euros en la campaña 2023-2024.

Conscientes de la problemática a la que se enfrentan los agricultores murcianos, desde la compañía de sanidad vegetal SIPCAM Iberia han diseñado una estrategia de prevención y curación contra el mildiu: “Es primordial contar siempre con un fungicida de contacto y sistémico para que, ante el primer signo de aparición de esta enfermedad, se pueda combatir e inhibir varias etapas del ciclo de la vida del hongo”, aconseja la experta.

Es el caso de la herramienta Xanilo Duo Pack: una combinación de antimildius preventiva, curativa y erradicante que destaca por su capacidad de control frente a esta enfermedad tanto en lechuga como en tomate y cucurbitáceas. “En los múltiples ensayos realizados, ha demostrado ser una herramienta muy útil para los cultivos murcianos, ya que les ayudará a combatir este problema tan común en esta época”, analiza el Product Manager Jordi Asamar.

Esta combinación está compuesto por dos materias activas con diferentes modos de acción, lo que impide la aparición de resistencias en estrategias combinadas. Además, “dichas materias pertenecen al código FRAC 27 (modo de acción desconocido) y al FRAC 45 (modo de acción que afecta a la respiración del hongo) y ofrece un plazo de seguridad corto”,



Lechuga iceberg afectada por Bremia lactucae. / SIPCAM IBERIA

añade el Product Manager. Dentro del catálogo de soluciones fúngicas del mercado, Xanilo Duo Pack destaca porque se puede aplicar en todas las fases del ciclo del cultivo, lo que ofrece una mayor flexibilidad del manejo al profesional.

“Los ensayos realizados confirman su eficacia como herramienta preventiva para evitar la aparición de resistencias en el cultivo de lechuga garantizando una

gran versatilidad”, afirma la delegada. “Recomendamos aplicar Xanilo Duo Pack cuando se den las condiciones de humedad y de temperatura idóneas para el desarrollo de la enfermedad; de esta forma conseguiremos una campaña insuperable sin rastro de mildiu”, sugiere Galindo.

En caso de aparición del hongo, la compañía de sanidad vegetal aconseja la aplicación de este fungicida ante los primeros síntomas. No obstante, “en caso de precisar de otras herramientas para ejecutar un control combinado, contamos también con el fungicida sistémico Mikonos”, comentan desde SIPCAM Iberia, “el cual destaca por su movimiento ascendente y descendente, su rápida absorción y su capacidad de activar las autodefensas de las plantas”.

Con más del 65 % de la lechuga española exportada desde la Región en 2023, proteger los cultivos frente a enfermedades como el mildiu resulta clave para mantener la productividad y la competitividad internacional de la región. Soluciones preventivas y de control, como las que propone SIPCAM Iberia, no solo aseguran la rentabilidad de cada campaña, sino también el liderazgo hortofrutícola murciano en los mercados europeos.



XANILO® DUO PACK

Xanilo® Duo Pack



XANILO®



XANILO®
DUO PACK

EL DÚO ANTIMILDIU
QUE MEJOR ENCAJA



- Estrategia fungicida para los principales cultivos de ambos productos.
- Doble comportamiento: contacto y sistema localizada.
- Acción preventiva, curativa y erradicante.
- Estrategia que evita la aparición de resistencias.

sipcamiberia.es

Uso reservado a agricultores y aplicadores profesionales. Lea siempre la etiqueta antes de usar el producto y siga las instrucciones.

SIPCAM
IBERIA

El Ayuntamiento de Almería, “junto a las manos que cultivan cada día el futuro de nuestra tierra”

La alcaldesa, María del Mar Vázquez, asiste a la feria agroalimentaria más influyente de Europa para mostrar el respaldo municipal al campo almeriense



Fruit Attraction, la feria hortofrutícola más influyente de nuestro país y, posiblemente, de Europa, abre sus puertas con un marcado protagonismo almeriense porque en esta edición el tomate es el producto estrella. El Ayuntamiento de Almería, con su alcaldesa, María del Mar Vázquez, a la cabeza, junto al concejal de Agricultura, Juanjo Segura, acude a esta cita internacional para arropar al sector, desde el agricultor que madruga cada mañana para estar a pie de invernadero hasta los centros de innovación, pasando por empresas, cooperativas, industria auxiliar..., que nos han convertido en un referente mundial de la agroindustria intensiva.

Con su presencia, quieren enviar un mensaje al agricultor para decirle que no está solo, que su Ayuntamiento está con él, acompañándolo y defendiéndolo allá donde se deciden estrategias de futuro, en lo que “supone un compromiso público con un sector que no es solo un proveedor de productos, sino un referente en innovación, calidad y seguridad alimentaria”, afirma la regidora almeriense, para quien los ayuntamientos, como institución más cercana, tienen un papel de apoyo al campo mucho más profundo de lo que a menudo se percibe.

Compromiso con el agua

En este sentido, María del Mar Vázquez recuerda que desde el Consistorio capitalino “mantenemos una colaboración permanente, con inversiones municipales que tienen un impacto directo en la vida cotidiana de los agricultores”. El Ayuntamiento de Almería no solo cuenta con un Área de Agricultura muy cercana al agro en todas sus vertientes, sino que tiene una implicación continua en aspectos fundamentales como el agua para, por ejemplo, en colaboración con la Junta de Andalucía, ampliar la planta desaladora para que pueda llegar a producir hasta 80.000 metros cúbicos diarios, o los terciarios de las EDAR de El Bobar y El Toyo para reutilizar hasta 16hm³ de aguas regeneradas que regarán la Vega.



Para la alcaldesa, “Fruit Attraction es un escaparate fundamental para el agricultor”. / FHSPAIN



Otras iniciativas municipales son la mejora de los caminos rurales para que nuestros productos salgan en las mejores condiciones a los mercados, con más de 215 kilómetros lineales y más de 220 caminos rehabilitados en el término municipal en los últimos nueve años y una inversión superior a los 7,5 millones de euros gracias a la ayuda también de la Junta de Andalucía y de la Diputación; la señalización de cortijadas para facilitar el acceso a las mismas o la iluminación de los caminos, donde el Ayuntamiento está a punto de adjudicar la segunda fase para iluminar cerca de cuatro kilómetros en el Paraje Ferris, en La Cañada, con una inversión de unos 200.000 euros. “No se trata de gestos aislados, sino de una estrategia integral que incluye también ayudas directas, como la exención de tasas en concepto de licencia de obras y licencia de utilización para la construcción de explotaciones agrícolas o para realizar mejoras en las ya exis-

tentes, lo que implica un ahorro por hectárea para el agricultor que quiera instalarse en el municipio o mejorar su explotación de unos dos mil euros”, recuerda la alcaldesa.

No menos importante es la colaboración con las empresas, cooperativas o colectivos profesionales asentados en el término municipal o con los centros de innovación, como la Universidad de Almería, la Fundación Tecnova, Hispatec, Cajamar o el Parque Científico-Tecnológico de Almería (PITA), “desde donde se impulsa la agricultura de precisión, la biotecnología aplicada y la digitalización del sector. Porque si algo ha demostrado el modelo almeriense es que no basta con producir más; hay que producir mejor, con menos recursos, garantizando sostenibilidad y calidad”, indica Vázquez.

Para la alcaldesa, “Fruit Attraction es un escaparate internacional donde se cierran acuerdos comerciales, se abren nuevos mercados y se proyecta la Marca Almería como ‘Huerta de Europa’. Y es también un altavoz para cuestiones cruciales como la competencia desleal de países terceros, los cada vez más elevados costes de producción, los aranceles, la sequía, el reto tecnológico, el relevo generacional o la virosis. Y ahora que acaba de comenzar una nueva campaña el campo necesita sentirse arropado por sus gestores públicos. Porque el futuro de nuestra tierra se construye de la mano de quienes la cultivan cada día”, concluye.

ALMERÍA EXCELENCIA AGRÍCOLA

La excelencia agrícola de Almería es el resultado de un modelo único, innovador y sostenible, impulsado por la dedicación de nuestros agricultores y el uso responsable de los recursos naturales. Nuestra agricultura refleja el compromiso con la calidad, la productividad y el cuidado del entorno, **ofreciendo lo mejor de nuestra tierra al mundo.**



ALMERÍA
CIUDAD



fruit
attraction

 @aytoalm
www.almeriaciudad.es

Vicasol genera un impacto económico que supera los 431 millones de euros

La cooperativa almeriense de primer grado presenta en Fruit Attraction el estudio que analiza su valor social



La cooperativa almeriense de primer grado, Vicasol, gracias a su valor social, genera un impacto económico que supera los 431 millones de euros. Así lo afirma el estudio impulsado por Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía cuyo objetivo ha sido monetizar el valor social que la cooperativa genera en su entorno. Y así lo presentará en Fruit Attraction.

Vicasol estará en este encuentro internacional, en el stand 9 - B02, del Pabellón 9, junto a toda la delegación de la cooperativa, liderada por el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, el director general, José Manuel Fernández, la directora de Marketing y Sostenibilidad, Elisabeth Marín, socios que forman parte del Consejo Rector, junto al equipo comercial.

Valor social

Monetización del valor social de las cooperativas agrarias como factor de competitividad es el nombre del estudio del que ha formado parte Vicasol, para hacer un minucioso análisis del beneficio social que la organización aporta en su territorio.

Se trata de un estudio metodológico que ha buscado monetizar los beneficios que tiene para un territorio la actividad de la cooperativa. Metodología que traslada al lenguaje numérico la aportación que se realiza a la sociedad. El proyecto ha contado con la colaboración de la Universidad de Deusto, la Universidad de Loyola y LKS Nex, integradas en GeacCounting.

Tras conocer los resultados, el director general de Vicasol, José Manuel Fernández, ha subrayado el impacto positivo que tiene conocer estos datos: “Las cooperativas perseguimos un fin social que va más allá de la facturación”.

“Vicasol está arraigada y comprometida con su territorio para generar valor. Apostando tanto por un desarrollo sostenible, como por ser un motor de cambio e innovación que haga mejor la vida de las personas de su entorno. Como cooperativa el fin social, el principio de solidaridad,

forma parte de nuestro modelo, y es muy valioso poder cuantificarlo para ser conscientes del impacto que nuestra actividad genera en nuestra tierra”, ha señalado.

Stakeholders

En el análisis realizado se entiende por valor social el conjunto del valor percibido por los diferentes grupos de interés (stakeholders) que interactúan con la organización: socios, trabajadores, proveedores, instituciones, clientes y comunidades locales. Así, el valor social de Vicasol correspondiente al ejercicio 2024 asciende a un total de 431.237.216,38 euros, teniendo en cuenta tanto el valor de mercado como el valor de no mercado.

El estudio analiza y monetiza, además, el valor de no mercado (impacto social, ambiental, valores intangibles sin precio de mercado) que aporta la cooperativa a los distintos stakeholders con los que opera. Según las conclusiones del estudio. Vicasol destaca en el valor intangible que aporta en: La seguridad en las operaciones de compra, el asesoramiento, la fijación de población en el territorio, beneficios sociales y condiciones laborales, acciones contra el cambio climático y el medio ambiente, la comercialización de bienes y servicios en condiciones ventajosas y en-

tregas gratuitas, la inserción laboral y la creación de empleo.

Las conclusiones de este análisis se darán a conocer en Fruit Attraction por parte de Vicasol para visibilizar el impacto global que la actividad de la cooperativa de primer grado genera en nuestra tierra, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al bienestar de las personas.

Robotización y automatización

Unas de las novedades que Vicasol ha mostrado este año, y que comunicará en Fruit Attraction, es la automatización de procesos en el área de manipulado. A finales del pasado año ya estaban funcionando a pleno rendimiento procesos automatizados para tomate pera y pepino, incorporando robotización y digitalización.

Desde que el género llega procedente de la finca del agricultor, hasta que es envasado y paletizado, todo el proceso, de manera integral, se ha automatizado incorporando la robotización, lo que nos permite “dar respuesta al incremento de la producción y mejorar la eficiencia”.

Como parte del proceso, Vicasol cuenta con las tecnologías más vanguardistas, incluyendo vehículos no tripulados, AGV, Automated Guided Vehicles, para el transporte de mercancías en el almacén.



VICASOL

Trabajamos en el presente para garantizar nuestro futuro



OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

www.vicasol.es



UNIÓN EUROPEA
Campaña financiada con
la ayuda de la Unión Europea.

VICASOL Central: C/ Vicasol, 37
04738 Puebla de Vicar (Almería)
Tel.: +34 950 55 32 00

Murcia exige al Gobierno que defienda a la PAC

La consejera Sara Rubira traslada en Madrid al ministro Planas “que la singularidad climática y agraria de la Región de Murcia debe ser reconocida para garantizar la sostenibilidad del sector”



Reunión de los consejos consultivos de Pesca y Agricultura. /FHSPAIN



El Gobierno regional exigió al Ministerio que defienda una Política Agraria Común 2028-2034 que cuente con un fondo único y suficiente para cubrir las demandas y necesidades del campo español y, especialmente, de la Región de Murcia.

Esta fue la principal reivindicación de la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, durante la reunión de los Consejos Consultivos de Política Agrícola y Política Pesquera para Asuntos Comunitarios, presididos por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

“Existe una gran preocupación entre los agricultores y ganaderos por el documento presentado por la Comisión Europea y que los Estados miembros deben ahora debatir, ya que si no contamos con el presupuesto necesario y adaptado a la inflación, no será posible garantizar cuestiones como el relevo generacional,

la modernización de la actividad agraria, la seguridad alimentaria o el mantenimiento de las zonas rurales”, explicó la consejera.

“Y es ahí donde el Gobierno de España debe decidir si se pone de una vez por todas del lado del campo o si sigue mirando para otro lado”, remarcó Rubira, “porque no podemos olvidar que nuestros agricultores y ganaderos se han sentido abandonados en los últimos años por el Gobierno de España, cuyo papel en las negociaciones europeas ha sido insignificante”.

“Necesitamos una voz firme en Bruselas que se oponga a la centralización de las decisiones estratégicas en la Administración General del Estado, tal y como se plantea en el documento de la Comisión Europea, ya que eso supondría ignorar las especificidades de territorios como el nuestro, caracterizados por condiciones agroclimáticas extremas, escasez estructural de recursos hídricos y una alta especialización productiva”.

Todo ello, “en un contexto marcado por crisis geopolíticas, la emergencia climática y las permanentes presiones sobre los costes de producción que durante los últimos años vienen afectando al día a día de los profesionales del campo”, explicó la consejera, “y que ahora nos debe ayudar a encontrar la certidumbre necesaria para garantizar el futuro de un sector imprescindible para nuestra sociedad”.

La consejera Sara Rubira recordó que “frente a la postura del Gobierno de España, el presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, firmó con las organizaciones agrarias y las cooperativas un documento de posicionamiento común donde se pide que el nuevo marco financiero y normativo debe garantizar que la PAC siga siendo una política clave dentro de la Unión Europea”, explicó, “y donde creemos que es importante que se reconozca la singularidad climática y agraria de nuestra Comunidad”.

Escobi, la excelencia como principio y fin



Frutas Escobi es una empresa de exportación de hortalizas y frutas fundada por Gabriel Escobar Rubio en 1988 como respuesta a la creciente demanda exportadora en el Poniente almeriense. Su sede principal se ubica en Las Norias de Daza, en El Ejido, aunque también cuentan con un centro de recogida en Níjar.

Están especializados en pimiento California, pimiento Palermo, calabacín, berenjena, pepino, melón galia y melón amarillo. En la campaña 2024/2025 alcanzaron un volumen de producción de 10,6 millones de kilos de pimiento California, 9,4 millones de kilos de calabacín, 3,6 millones de kilos de berenjena 2,2 millones de kilos de pepino, 2,1 millones de kilos de melón y medio millón de kilos de pimiento Palermo.

Exportan a 14 países europeos, con Alemania como principal mercado. Asi-



mismo envían sus hortalizas a Canadá y Estados Unidos.

Las fincas que abastecen de producto a Escobi suman un total de 309 hectáreas. El seguimiento a sus agricultores es fundamental para garantizar que todas las etapas de la cosecha se rijan por los máximos estándares de calidad. Además de la supervisión del departamento técnico en el campo, trabajan con ellos en jornadas informativas sobre producción integrada y lucha biológica, promueven visitas técnicas y celebran una jornada anual de convivencia. No obstante, todo el proceso pro-

ductivo desde la siembra hasta su exportación está sometido a rigurosos procesos de control de calidad que garantizan unas hortalizas y frutas en condiciones óptimas.

En Escobi miran al futuro con ilusión y abogan por la innovación en todas sus facetas, apostando por la incorporación de nuevas maquinarias en la zona de producción. Un ejemplo de ello es la reciente adquisición de un nuevo calibrador de calabacín.

La responsabilidad con el medio ambiente es uno de los puntos fuertes de la firma. En la actualidad, Escobi cuenta con 739 placas solares que cubren parcialmente sus instalaciones, una torre solar, dos cubiertas y un carpot que aportan el 49% de la energía consumida por la compañía.

37 años de experiencia avalan su compromiso con la excelencia en todas las áreas de la empresa con el fin de ofrecer a sus clientes un producto cuidado y de la mejor calidad.

ESCÖBI

EL ORIGEN DE LA EXCELENCIA



www.escobi.es





Cayzypyr, Tripali y los bioestimulantes de FMC llegan a la gran feria del sector

Serán algunas de las soluciones destacadas de la empresa que se mostrarán en Fruit Attraction, dentro de su apuesta por la innovación en la protección de los cultivos

fhspain

FMC Agricultural Solutions mantiene su presencia y ubicación en el Pabellón 7 (Stand 7D30) de IFEMA en Madrid, en una nueva edición de la feria internacional Fruit Attraction. Este año FMC va a presentar soluciones para diferentes cultivos, fruto de la constante apuesta por la innovación, continuando el refuerzo de nuestro lema de compañía: 'Mas que protección'. Soluciones en base a Cayzypyr® como es Exirel® para cítricos y olivar, soluciones bioestimulantes como es Accudo® para cultivos hortícolas, y Tripali® como herbicida para cereal.

Exirel®, una nueva solución insecticida en base a Cayzypyr®, la potente materia activa de última generación desarrollada por FMC, que se está convirtiendo en una herramienta fundamental en la lucha contra varias plagas, en cultivos claves para nuestros agricultores, como son los cítricos, el olivar o la viña. Exirel® es muy eficaz para el control de una gran variedad de plagas como trips, mosca blanca, pulgón, dípteros, lepidópteros, cicadélidos entre otros, en los cultivos de cítricos, olivo y vid de vinificación. Es eficaz principalmente por ingestión y también por contacto, presentando actividad ovicida, ovi-larvicida, larvicida y adulticida, dependiendo de la especie de la plaga a controlar.

Accudo® es un bioestimulante para cultivos hortícolas que está formulado con *Bacillus paralicheniformis* cepa RTI 184, con patente exclusiva FMC. Accudo® es uno de los primeros bioestimulantes desarrollados íntegramente por la compañía, desde el descubrimiento de la cepa, pasando por el desarrollo del producto, todo el proceso de ensayos, y la puesta en el mercado. Este bioestimulante ofrece una solución innovadora, eficaz y totalmente natural para luchar contra el estrés abiótico de las plantas, y mejorar su potencial desarrollo desde las raíces,



Vista general del stand de FMC en el pabellón 7 de IFEMA. / FHSPAIN

Más que Protección

FMC An Agricultural Sciences Company

FRUIT ATTRACTION 2025

Del 30 de septiembre al 2 de octubre
Pabellón 7
Stand 7D30

¡Os esperamos donde siempre!

¡VEN A DESCUBRIR NUESTRAS ÚLTIMAS INNOVACIONES!

consiguiendo plantas más fuertes, sanas, con mayor producción y calidad.

Por otra parte, Tripali® es un robusto y eficaz herbicida para el control de malas

hierbas en todos los cereales que se ha consolidado como uno de los productos de referencia para el control de malas hierbas de hoja ancha en postemergencia en el cultivo de cereal. Su formulación, basada en tres materias activas, le permite controlar más de 60 especies de malas hierbas, incluidas algunas de las más problemáticas, como lapa, magarza, cardo, lamium y crucíferas.

Además, el stand de FMC en Fruit Attraction volverá a ser un punto de encuentro de profesionales y clientes de la compañía que tendrán acceso a todo el catálogo y las soluciones que crecen cada año tanto en el segmento de protección vegetal, productos biológicos y de aplicaciones digitales. Así, en la feria se pueden conocer diferentes soluciones a base de Cayzypyr® como Verimark® o Benevia®; soluciones insecticidas a base de Ry-naxypyr® como Altacor® 35WG y Coragen® 20SC; los bioestimulantes Amalgerol® y Seamac® OR; o herramientas digitales como la aplicación Arc® farm intelligence.

La Junta refuerza su apoyo a las empresas en la feria

En esta edición de Fruit Attraction, la Junta de Andalucía ayudará económicamente a las asociaciones y entidades que asistirán entre el 30 de septiembre y el 2 de octubre a IFEMA



Stand de la Junta en 2024. /FHSPAIN



Desde el 30 de septiembre, hasta el 2 de octubre, Madrid será el escenario de uno de los puntos estratégicos más importantes en lo que al sector hortofrutícola se refiere.

La 17ª edición de Fruit Attraction será la edición de mayor envergadura al ampliar superficie, expositores, empresas y países; algo en lo que su fecha de celebración también juega un papel clave al tratarse de un momento idóneo para la oferta y demanda de productos frescos.

Así, Andalucía vuelve a marcar en rojo en su calendario una feria en la que, una edición más, repite como patrocinadora principal de Fruit Attraction, haciendo gala del papel clave que ocupa en el sector como despensa de Europa y líder en exportaciones.

Como objetivo principal, Andalucía pretende posicionar la excelencia de sus productos frescos para que puedan seguir siendo reconocidos como sinónimo

de calidad y seguridad alimentaria en cualquier parte del mundo. Un resultado que va en buen camino después de que la comunidad alcanzara los 15.700 millones de euros en 2024 en exportaciones, su mejor registro desde que se tienen datos homologables, gracias a un crecimiento interanual del 14,5%, que significa 8,4 puntos superior al crecimiento medio de España y la mayor subida de las 10 comunidades más exportadoras.

La agroindustria andaluza lidera así el ranking nacional con el 21,7% de todas las ventas de alimentos y bebidas de España al mundo (72.342 millones), por delante de Cataluña (21,2%) y de la Comunidad Valenciana (12,8%). Dominio exportador que evidencia la gran contribución del agro andaluz al sector exterior, ya que, además, concentra 4 de cada 10 euros del total de las exportaciones de la comunidad (39%) y aporta un saldo positivo a la balanza comercial con el exterior de 8.571 millones de euros, después de unas importaciones que llegaron

a los 7.129 millones de euros, un 3,3% menos que en 2023.

Por todo ello, y con vistas a futuro, en esta edición de Fruit Attraction, Andalucía ha reforzado su apoyo a las empresas andaluzas; y es que ayudará económicamente a las asociaciones y entidades que asisten. Esto supone un esfuerzo inequívoco por parte de la administración andaluza como patrocinadora principal del evento y demuestra una vez más su compromiso con el sector hortofrutícola.

También cabe destacar que son muchas las empresas que cada año acuden a esta feria promocional de frutas y hortalizas para dar a conocer al mundo la calidad de los productos andaluces, ya sea acompañadas por la Junta de Andalucía, a través de las diferentes asociaciones, o a título individual.

Aunque este año se pretende mejorar aún más el número de empresas y la superficie expositora ocupada por entidades procedentes de la comunidad andaluza.

El Ejido aprueba una subvención para agricultores con estructuras de invernaderos dañadas por la DANA

□ fhspain

La Junta de Gobierno aprobó las bases reguladoras y convocatoria de una línea de subvenciones por circunstancias meteorológicas adversas para daños sufridos en invernaderos del municipio por la DANA que azotó El Ejido el pasado 28 de octubre de 2024 y que dejó más de 5.000 hectáreas de cultivo afectadas, más de 40 hectáreas colapsadas y daños por valor de 158.300.000 euros en el sector agrícola ejidense.

El alcalde de El Ejido, Francisco Gónzaga, subraya que “estas ayudas están destinadas a apoyar a nuestros agricultores en la importante inversión que se han visto obligados a hacer para reconstruir sus invernaderos”.

En este sentido, la iniciativa contará con un presupuesto de 309.003 euros y estará destinada a titulares de explotaciones agrícolas que vieron afectadas las estructuras de sus invernaderos por el paso de la DANA, exceptuando el plástico de cubierta, y que, a pesar de las dificultades, mantuvieron la actividad, con la finalidad de



contribuir a paliar parte de los costes derivados de su rehabilitación o reconstrucción. Unas ayudas que se estiman en más de 6.000 euros por hectárea.

De esta manera, la cuantía de la ayuda se establece en 0.50€ por metro cuadrado de superficie afectada por daños estructurales que sean objeto de Licencia de Obras de rehabilitación del invernadero, estableciendo como tope máximo la superficie determinada en el informe de daños emitido por el área de Agricultura del Ayuntamiento.

Los afectados tan solo deberán presentar el informe de daños y la licencia para

reconstruir su invernadero, acompañada del modelo de solicitud oficial que en breve estará disponible a través de la página web del Ayuntamiento.

Las zonas rurales que principalmente sufrieron daños derivados del granizo se circunscriben al paraje de Las Chozas, zona de Los Hornillos, del Hospital de Poniente, Puesto Rubio, Polígono de La Redonda, Cañada Ugíjar, Cañada Onáyar, Paraje del Quinto Pino, zona de Pampanico, Ejido Norte, Galería de Los Lobos, Paraje Aljibillos, Peñas Negras, Venta Vieja y Santa María del Águila.

El Comité de Dirección Ampliado de Agricultura se reúne para abordar el último trimestre de 2025

□ fhspain

El Comité de Dirección Ampliado de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural se ha reunido este martes para abordar los asuntos y retos pendientes de cara al último cuatrimestre de 2025.

Durante su intervención, el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco, ha destacado “la enorme gestión que realiza la Consejería de Agricultura, de la que dependen miles de familias andaluzas”, si bien no se ha olvidado de los retos a los que se enfrenta el sector primario en agricultura,



ganadería o pesca, “actividades que son esenciales para la economía de la región”.

En este sentido, el titular del ramo ha señalado la configuración de la PAC post 2027 como “uno de los desafíos más im-

portantes a los que tenemos que hacer frente para posicionar a un sector primario que debe ser estratégico y prioritario y que garantiza la soberanía y seguridad alimentaria en toda Europa”.



Doncella.



Menina.



S-11101.

Intersemillas: “La fuerza de nuestras variedades”, la mejor apuesta para el agricultor

□ Elena Sánchez

Intersemillas llega un año más a Fruit Attraction y en esta ocasión lo hace pisando fuerte y con un mensaje potente “Nuestro Verde es tu mejor apuesta. La fuerza de nuestras variedades”. Y es que, desde la firma valenciana quieren reflejar con este lema la importancia del verde como el origen de todo, el punto de partida desde el que nacen sus variedades y la seña de identidad que une innovación, investigación y compromiso con los agricultores, distribuidores y consumidores. Además, el verde también es sinónimo de sabores, colores y texturas que transforman el mercado.

Gran apuesta por la I+D+i en el mundo de las sandías

En Intersemillas, la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de sandías es una prioridad que les impulsa a innovar año tras año para cubrir todos los segmen-

tos del mercado con variedades que no solo sean productivas, sino que también ofrezcan una calidad excepcional en su carne, textura y dulzura, porque al final, lo que todos buscamos es “un buen comer”.

*Estampa es una variedad negra triploide de piel de veteado suave, de forma redondeada y tamaño muy uniforme entre 6,5-7,5 kg. Goza de un excelente color de pulpa, brix elevado y gran producción.

*La sandía S 11101 es la novedad en triploide negra de corteza suavemente veteada. Su fruto es redondeado, de tamaño medio entre 4,5-5,5 kilos, con una planta de vigor medio y muy buena producción precoz.

*Menina es una sandía muy productiva que presenta muy poca cantidad de semillas y más pequeñas que el resto de las variedades actuales. La forma es redondeada con un peso medio entre 2-2,5 kg y rayado fino y oscuro con fondo claro.

*Doncella es la nueva creación de Intersemillas en sandía triploide rayada, con raya y fondo oscuro, donde se combina la extraordinaria calidad organoléptica del fruto, con una planta vigorosa, oscura y muy sana junto a una gran producción y perfecta adaptación tanto a cultivo en invernadero como aire libre y tanto en precoz como tardío.

Además, Intersemillas también tiene grandes propuestas en pimiento, tomate, melón, calabacín, brócoli o pepino que combinan resistencia, sabor y rendimiento ofreciendo al agricultor soluciones reales a los desafíos del mercado. Y es que, desde Intersemillas confían en la innovación como el pilar del futuro del sector.

Con este espíritu, desde la firma invitan a los visitantes a su stand en Fruit Attraction que se puede encontrar en el Pabellón 9 stand 9B25 para descubrir de primera mano “la fuerza de nuestras variedades y el valor añadido de trabajar junto a Intersemillas”.


**NUUESTRO
VERDE
ES TU MEJOR
APUESTA**


INTERSEMILLAS



fruit
attraction

IFEMA Madrid
30-02
Sept Oct

Ven a visitarnos y conocerás

“LA FUERZA DE
NUESTRAS VARIEDADES”

Pabellón **9 • 9B25** Stand

www.intersemillas.es



Cajamar, 17 años apoyando al sector hortofrutícola en Fruit Attraction

La entidad financiera no solo provee financiación y servicios financieros, también genera y transfiere conocimiento a través de su Ecosistema de Innovación Agroalimentaria



Cajamar, entidad financiera referente del sector agroalimentario español, acompaña año tras año al sector hortofrutícola en la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction, siendo la única que ha estado, desde su primera edición, mostrando su constante colaboración y apoyo a este sector. Este encuentro, que se ha convertido en referencia para la comercialización mundial de estos alimentos, tendrá como protagonista al tomate, siendo la hortaliza más consumida en todo el mundo y, concretamente, los hogares españoles consumen una media de unos 12 kilos por persona al año.

Durante los cuatro días de exhibición, directivos y profesionales de Grupo Cajamar, en el stand 7C22 situado en el Pabellón 7, compartirán con los representantes y expertos de empresas y cooperativas una amplia agenda de mesas redondas y actividades, donde se analizará la situación actual del sector y debatirá sobre los retos y desafíos a los que tendrá que hacer frente en el futuro, como la nueva PAC, la gestión eficiente del agua, sin olvidar al tomate.

Este escenario servirá también para continuar celebrando el 50 aniversario la

puesta en marcha de la Estación Experimental 'Las Palmerillas'.

Generación y transferencia de conocimiento

En 1975 Cajamar destinó sus primeros beneficios significativos a la compra de algunos de los terrenos de esta finca, que con los años se fueron ampliando. Ese fue el inicio de lo que hoy es el 'Ecosistema de Innovación Agroalimentaria de Cajamar', con sus dos centros experimentales, ubicados en Almería y Valencia, la comunidad digital Plataforma Tierra, la aceleradora de empresas de base tecnológica Cajamar Inova, la Escuela de Formación Agroalimentaria Cajamar y sus estudios y publicaciones.

De esta forma, Cajamar no solo provee instrumentos financieros al sector agroalimentario, sino ser también una palanca de desarrollo social y económico en las zonas donde está implantada, usando como herramienta fundamental la generación y transferencia del conocimiento, y transmitiendo al sector un espíritu de innovación, de apertura y de cooperación ante los retos y desafíos.

Otra de las actividades desarrolladas por los directivos de la banca cooperativa

Cajamar será la firma y renovación de acuerdos de colaboración con las empresas hortofrutícolas, al objeto de facilitar al sector primario el acceso a la financiación mediante productos especializados y en condiciones diferenciales, de forma que puedan acometer sus inversiones en la mejora y la modernización de sus explotaciones, así como para facilitar el acceso a nuevas herramientas tecnológicas y proyectar sus productos en el exterior.

Pero, ante todo, Fruit Attraction es excelente escaparate comercial, donde las cifras van creciendo año tras año. Así en esta edición se prevé superar las de años anteriores y congrega a más de 120.000 profesionales de 150 países y más de 2.500 empresas expositoras, mostrando la relevancia económica y social de un sector, el hortofrutícola, con un fuerte peso en la producción, exportación y empleo agrario en nuestro país. Allí, Cajamar seguirá respaldando a empresas y cooperativas hortofrutícolas con sus productos y servicios financieros diseñados específicamente para este sector, así como su amplia labor de investigación y transferencia del conocimiento, atendiendo a los diferentes modelos productivos locales para impulsar un modelo más eficiente y sostenible.

FRUIT ATTRACTION 2025
30 SEPT - 2 OCT

NOS VEMOS EN FRUIT

Como siempre.

**Somos la única entidad financiera que ha estado desde el primer día. Y siempre estaremos.
Junto a nuestro campo. Junto a nuestra gente.**



Una gran caja del campo.
En el corazón de Fruit.

Pabellón 07
Stand 7C22



**GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR**

El relevo generacional preocupa al campo español

El número de jóvenes agricultores que reciben ayudas directas de la PAC se ha estancado desde 2020, representando esta franja de edad tan solo el 8,87% del total de perceptores



Dos de cada tres titulares estarán en edad de jubilación en 2030. /FHSPAIN



El número de jóvenes agricultores en España, considerados así hasta los 40 años, que reciben ayudas directas de la PAC, se ha estancado desde 2020. Así lo revelan los últimos datos del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), los cuales indican que esta franja de edad tan solo representa el 8,87% del total de perceptores en 2024, frente al 8,79% en 2020.

En datos absolutos, el pasado año, 47.248 jóvenes de hasta 40 años recibieron ayudas directas de la PAC a nivel nacional, siendo la mayoría hombres, con 35.514; frente a las mujeres, que fueron 11.734.

Por su parte, la siguiente franja de edad, que recoge a los productores de entre 40 y 65 años, sigue siendo la que tiene más presencia a la hora de percibir estas ayudas, con el 52% del total; seguidos de los mayores de 65 años, con el 39%.

Además, cabe destacar que, si se analizan los datos de perceptores de ayudas

por sexo, las cifras siguen evidenciando que el número de mujeres es más bajo que el de hombres; ya que, en total, 200.475 mujeres representan el 37,6% de los receptores de ayudas directas de la PAC en 2024, mientras que los 332.089 hombres representaban el 62,4%.

Un hecho que, incluso, se agudiza en el caso de los perceptores menores de 25 años, donde ellas supusieron el 22,51%; o que se acorta, como es el caso de la franja de edad que estudia a los mayores de 65 años, donde el 43,54% de los perceptores de ayudas directas de este grupo de edad fueron mujeres.

Cuantías

En cuanto a las cuantías, los productores recibieron en 2024 un total de 3.505,2 millones de euros; de los cuales, 2.548,1 millones, el 72,7% del total, lo recibieron agricultores masculinos y 957,1 millones, el 27,3%, lo hicieron mujeres.

Por otro lado, si se estudia la edad, los jóvenes son los que menos volumen de ayuda recibieron, ya que tan solo el

16,1% del importe total de las ayudas fue a parar a manos de jóvenes agricultores de hasta 40 años, siendo la mayor parte destinada a los productores de entre 40 y 65 años, que recibieron el 57,9%, y a los mayores de 65 años, que se quedaron con el 25,9%.

Preocupación y medidas

En definitiva, estos datos muestran un estancamiento del relevo generacional en el campo. Algo que, según el propio ministro de Agricultura, Luis Planas, “es la única garantía de futuro para asegurar la continuidad de la agricultura y la supervivencia del medio rural”.

Planas ha señalado que este se ha convertido en “probablemente el número uno de todos los retos”, ya que dos de cada tres titulares de explotaciones agrarias estarán en edad de jubilación en el año 2030 y que actualmente solo el 9% tiene menos de 41 años. Cifras preocupantes para las que, según el ministro, ya se trabaja en una hoja de ruta para darle la vuelta.

Ejidomar cumple medio siglo al servicio de sus socios

□ Jessica Valverde

La Cooperativa Ejidomar cumple este 2025 50 años. Cinco décadas que ponen de manifiesto el buen hacer de esta empresa ejidense más que consolidada en el panorama agrícola no solo de Almería, sino de toda Europa.

José Antonio Baños, presidente de Ejidomar, ha hablado a FHSPAIN de la trayectoria de esta entidad, “comenzó a funcionar en el año 1975, contando con aproximadamente una veintena de agricultores y una plantilla de alrededor de 25 personas”. Hoy día ha crecido hasta contar con 250 socios y una superficie cultivada de 450 hectáreas cuya producción es trabajada en la cooperativa por un equipo muy profesional, que alcanza los 300 trabajadores en picos de producción.

Este crecimiento ha ido acompañado por un incremento de los productos comercializados. Comenzando trabajando con tomate, judía, pimientos lamuyo e italiano así como uva y, “fue unos años después de empezar a funcionar la cooperativa cuando varios socios viajaron a Holanda para estudiar el mercado y comprobar qué productos se vendían allí, siendo este el inicio del pimiento California y del pepino holandés en Almería”, explica Baños.

Unos productos que no comercializan solo en territorio español, ya que el trabajo de Ejidomar cruza fronteras llegando a distintos puntos de Europa, Reino Unido e incluso Canadá.



Instalaciones de Ejidomar. I.J. V.S.

Confianza como pilar principal

Uno de los aspectos clave para que la entidad haya llegado a celebrar su 50 aniversario es la gran confianza que tiene cada uno de sus socios en el equipo directivo de Ejidomar. José Antonio Baños suma casi 20 años como presidente de esta cooperativa, siendo el que más tiempo ha estado en el cargo, “somos como una familia grande. Todos nos conocemos y hemos forjado una relación estrecha que fomenta la confianza”.

A la hora de hablar de los retos a los que se enfrenta Ejidomar, Baños señaló el de seguir creciendo, dándole al socio la mejor rentabilidad; siendo el día a día en sí mismo un gran reto. “En este momento, nuestros socios están muy contentos con el trabajo que se está realizando, y los resultados obtenidos en la empresa”, detalla José Antonio Baños.

Conmemoración 50 aniversario

Así Ejidomar llegará a la nueva edición de Fruit Attraction haciendo gala de su medio siglo al servicio del agricultor con un stand dedicado a su aniversario.

Además, la entidad llevará a cabo en los próximos meses una campaña de cartelería por todo el municipio de El Ejido en la que informará con orgullo de su 50 aniversario. A esto se suma el acto estrella que tendrá lugar en la antigua nave de Ejidomar “allí fue donde empezó todo y nos ha parecido muy emotivo realizar el evento en nuestras antiguas instalaciones”, detalla Baños. Una jornada en la que los socios y directivos podrán disfrutar de un día de convivencia para celebrar la trayectoria de esta cooperativa que se ha ganado la confianza de sus clientes y socios gracias al buen trabajo que lleva realizando en este medio siglo.



ANIVERSARIO · 1975-2025

EJIDOMAR



¡Un trabajo bien hecho!
ejidomar.es



Panora, la unión de tres fuerzas: ISI Sementi, Top Seeds International y Totam Seeds

La nueva marca Panora surge para ofrecer soluciones sólidas y de confianza a toda la cadena de valor



En el dinámico sector de las semillas hortícolas nace Panora, una nueva marca que representa la unión estratégica de tres compañías con un sólido legado: ISI Sementi, Top Seeds International y Totam Seeds, todas ellas parte del grupo Mitsui & Co. Ltd. La integración, oficial desde julio de 2025, supone un paso decisivo hacia un futuro más innovador, global y cercano al cliente.

Panora surge con una clara vocación: ofrecer soluciones sólidas y de confianza a toda la cadena de valor alimentaria. El nuevo proyecto integra la experiencia, los recursos genéticos y el conocimiento acumulado de las tres compañías para ponerlo al servicio de los productores. El resultado es una empresa de semillas con una oferta más amplia, capaz de responder con agilidad a las necesidades actuales y futuras del mercado.

Con sede en Fidenza (Italia) y presencia en España a través de Panora Semillas S.L., ubicada en El Ejido (Almería), la nueva marca se presenta como un aliado de referencia para el agricultor. Su catálogo abarca un portafolio diversificado que incluye tomate, pimiento, brásicas, cebolla, pepino y un amplio porfolio de hoja, entre otros cultivos clave.

El storytelling del nombre Panora refuerza esta visión. La marca simboliza apertura, amplitud y visión de futuro, al tiempo que proyecta cercanía y confianza. El logotipo, presente ya en materiales y soportes de comunicación, protagoniza la primera fase de la estrategia de marketing, que busca generar expectación y dar a conocer la nueva identidad corporativa.

El nacimiento de Panora no solo significa una nueva imagen. Representa también la continuidad de las relaciones comerciales ya establecidas, asegurando a clientes y proveedores que el servicio y el acompañamiento seguirán siendo los



mismos, ahora respaldados por una estructura más fuerte y una proyección internacional más ambiciosa.

En un contexto en el que los retos agrícolas se multiplican —desde la sostenibilidad hasta la resistencia frente a enfermedades emergentes—, Panora pone el acento en la innovación genética y en la cercanía con el agricultor como ejes de su propuesta de valor. La nueva marca nace con la fuerza de tres compañías históricas, pero con la energía reno-

vada de quien comienza una etapa cargada de oportunidades.

Panora Semillas está presente en la nueva edición de Fruit Attraction, donde va a dar a conocer oficialmente su nueva identidad al sector hortícola internacional. Es el escenario ideal para mostrar al mercado el alcance de esta fusión, y, sobre todo, para transmitir que Panora llega para construir un futuro compartido con agricultores, distribuidores y partners de todo el mundo.

CSIC desarrolla un método rápido para evaluar productos naturales

El sistema del IBMCP (CSIC-UPV) analiza el potencial de productos naturales para ayudar a las plantas



Un equipo del Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP), centro mixto del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Universitat Politècnica de València (UPV), ha desarrollado un método para evaluar de forma rápida y barata productos de origen natural que pueden utilizarse como bioestimulantes que ayuden a las plantas a adaptarse a los efectos adversos del cambio climático, como la sequía o la salinidad. Los investigadores pusieron en práctica su plataforma de evaluación de bioestimulantes y ya han confirmado que lo que funcionó en el laboratorio es eficaz en lechuga, brócoli y, recientemente, en tomate. El trabajo ha sido publicado en la revista *Chemical and Biologi-*

cal Technologies in Agriculture. A partir de la combinación de cuatro extractos de origen natural (una especie de alga, sauce blanco, regaliz y una levadura) el grupo del IBMCP ha generado un nuevo producto denominado Calbio que, según explica José Miguel Mulet, investigador del IBMCP y coordinador del trabajo, “aumenta el rendimiento de diferentes cultivos un 10% en condiciones normales, pero en condiciones de salinidad, logra frenar la caída de producción y conseguimos rendimientos de cosecha un 30% mayores que las plantas sin tratar con nuestro producto. Y, lo más importante, esto lo hemos replicado en cultivos muy diversos”.

Asimismo, Mulet señala que “al tratarse de productos de origen natural su proceso de autorización es más fácil ya que son considerados bioestimulantes, por lo que la transfe-

rencia de estos resultados a los agricultores será mucho más rápida y sencilla. La eficacia del producto está contrastada y se conoce su mecanismo molecular, algo que en estos momentos no ocurre con muchos productos que se encuentran disponibles en el mercado”.

“Hasta ahora hemos visto su efectividad en condiciones de crecimiento normal y de salinidad en diferentes cultivos como brócoli, lechuga y tomate”, asegura Rosa Porcel, investigadora del IBMCP que participa en el trabajo. “En este momento, tenemos diferentes ensayos en marcha para evaluarlo en condiciones de sequía y de baja fertilización. Esto puede ser una gran ayuda para hacer la agricultura más sostenible. Además, al ser un producto de origen natural puede utilizarse tanto en agricultura convencional como ecológica”, añade.



Panora
Seeds Change Future Today



¿Cómo elegir el mejor *Bacillus thuringiensis*?

fhspain

Los ataques de orugas de lepidópteros provocan cuantiosas pérdidas económicas a productores de diferentes tipos de cultivos, como hortícolas o frutales. Estos insectos se alimentan de hojas, tallos, flores y frutos, provocando graves daños.

¿Qué es un Bt?

El *Bacillus thuringiensis* (Bt) es una bacteria aerobia esporulante, con factor Gram positivo, perteneciente a la familia de los Bacillaceae, presente de forma natural en suelo y plantas. En el momento de la esporulación, además de la spora, produce un cristal proteico bipiramidal, conteniendo delta-endotoxina, sustancia tóxica para la mayoría de lepidópteros y prays en numerosos cultivos.

Los Bts actúan por ingestión sobre las larvas de los primeros estadios de desarrollo de las plagas sensibles. Tiene un modo de acción muy específico sobre orugas de lepidópteros por la propia naturaleza de su principal ingrediente activo, la delta-endotoxina, ya que necesita unas condiciones de pH y unos receptores que se encuentran en el intestino de los organismos que lo reciben (orugas de lepidópteros) que no se dan en otros insectos, animales, ni personas.

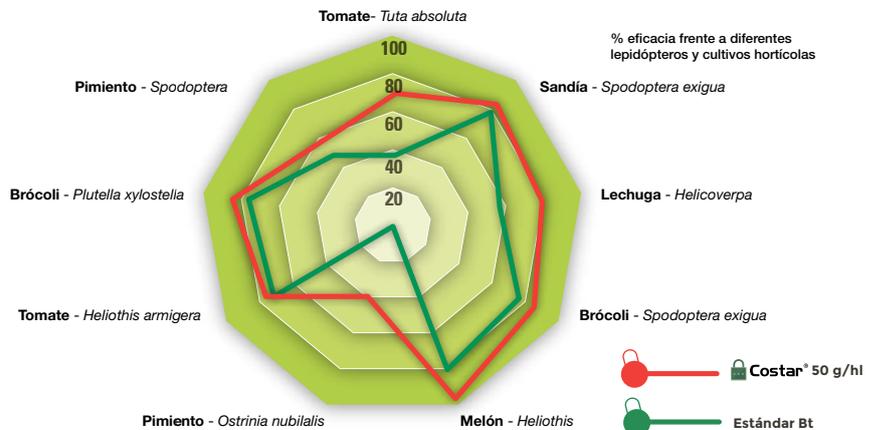
Es, por tanto, un bioinsecticida altamente específico de lepidópteros. Existen diferentes subespecies de Bts, como *kurstaki*, *israelensis*, *aizawai*, entre otras, cada una específica para ciertos tipos de plagas.

¿En qué debe fijarse un productor?

Según Syngenta, son cuatro las claves que definen la eficacia de un *Bacillus thuringiensis* y que los productores deben tener en cuenta en la toma de decisión sobre cómo proteger su cultivo:

- 1.- Deben valorarse dos factores relacionados con la materia activa del producto: su concentración de cristal proteico (Cry Toxina), medida en g/kg, y la cantidad de esporas (g/kg).
- 2.- Su potencia insecticida (millones de UI/g).
- 3.- Es importante también tener en cuenta la cepa del formulado, ya que no todas son iguales. La eficacia del Bt es diferente en función de la cepa, siendo algu-

Eficacia de Costar® en ensayos de campo:



	Cepas de Bt	g/kg esporas y proteína	g/kg cristal proteico (Cry Toxina)	Potencia insecticida (millones UI/g)
Bacillus Thuringiensis subespecie Aizawai	Estándar 1	Sin determinar	35	15
	Estándar 2	500	38	24
Bacillus Thuringiensis subespecie Kurstaki	Estándar 3	540	70	10
	Estándar 4	245	Sin determinar	75
	Costar® SA12	850	180	90

Costar®

- Cepa exclusiva de Syngenta
- La mayor concentración de esporas + proteínas
- El mayor número de cristal proteico (Cry Toxina)
- La mayor potencia insecticida contra orugas. Más del triple de potencia que el resto contra Plusia

nas específicas para una especie de lepidópteros y otras para un mayor número de especies.

- 4.- Es esencial la calidad de la formulación: el tamaño de partícula (a menor tamaño, mayor calidad), el tipo de formulado, la estabilidad, etc.

La propuesta de Syngenta

La opción que ofrece Syngenta destaca en cada uno de esos cuatro puntos: es una cepa exclusiva de la firma, presenta la mayor concentración de esporas + proteínas (850 g/kg), el mayor número de cristal proteico (180 g/kg) y la mayor potencia insecticida contra orugas (90 mio UI/g) (más del triple de potencia insecticida que el resto de Bts del mercado). También presenta finas partículas que actúan rápidamente y permiten una mayor cobertura de la superficie vegetal.

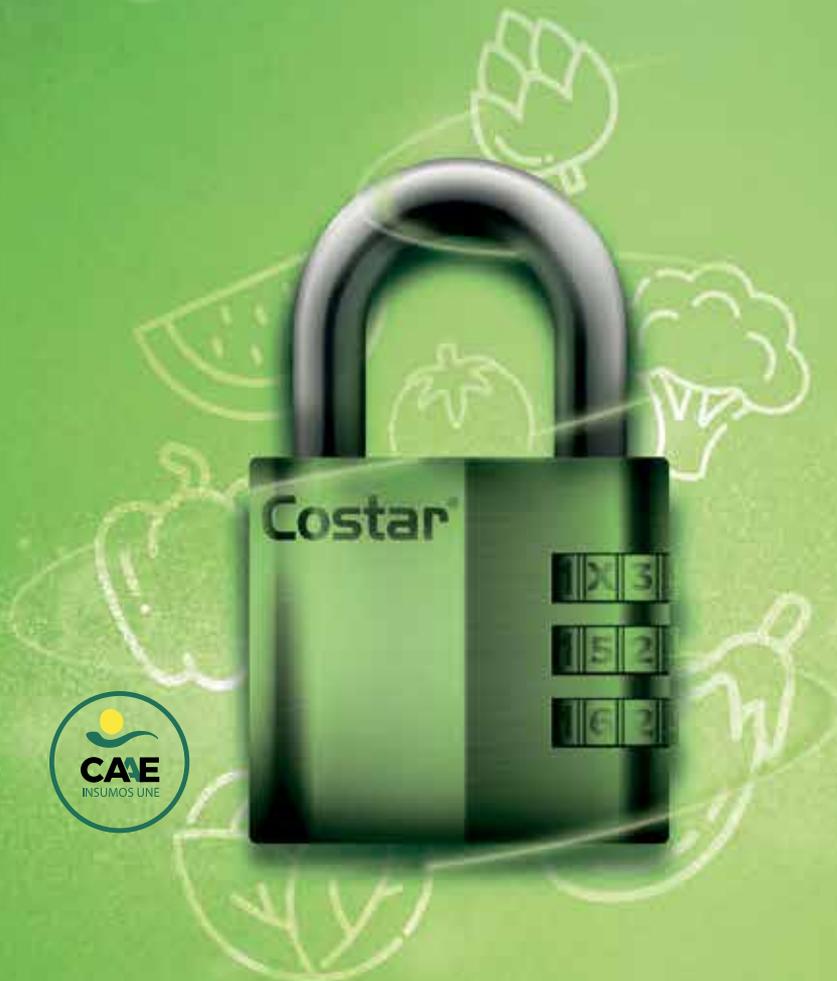
Se trata de Costar, un insecticida biológico constituido por toxinas y esporas de la nueva, más potente y seleccionada cepa SA-12 del *Bacillus thuringiensis* subespecie *Kurstaki*, serotipos 3a y 3b, con elevada actividad sobre más de 62 especies de orugas de lepidópteros, para su uso en cultivos hortícolas y leñosos. La cepa SA-12 se caracteriza por sintetizar

una proteína que muestra una gran toxicidad específica sobre orugas de *Tuta absoluta*, lo que, unido al fruto de las investigaciones realizadas en la mejora de los procesos de multiplicación bacteriana, esporulación y extracción de la delta-endotoxina incluida en los cristales proteicos y los ensayos de diferentes formulaciones, convierten a Costar en un producto sobresaliente en el control de esta plaga. Además, ha mostrado también una muy buena eficacia en el control de otras orugas, como la oruga de la col (*Pieris brassicae*), gusano gris (*Autographa gamma*), rosquilla verde (*Spodoptera exigua*), polilla de la col (*Mamestra brassicae*) y palomilla dorso de diamante (*Plutella xylostella*).

Costar está autorizado para su empleo en pulverización foliar en una amplia gama de cultivos hortícolas, como lechuga, brócoli, pimiento, tomate y otros (consulte las dosis a su técnico o distribuidor).

Por tanto, su alta eficacia contra lepidópteros, su triple potencia insecticida, la gran estabilidad de formulado, su rápida disolución y activación y las bajas dosis de utilización necesarias convierten a Costar en una opción ideal dentro del universo de los *Bacillus thuringiensis*.

BLINDA TUS CULTIVOS



TRIPLE **BIO** PROTECCIÓN

 **x3**
TRIPLE
POTENCIA

 **52**
CULTIVOS
PROTEGIDOS

 **62**
ESPECIES DE
LEPIDÓPTEROS

 **Costar**[®]

syngenta[®]
Biologicals



Syngenta. Todos los derechos reservados. [™] y [®] son marcas comerciales del Grupo Syngenta.
Use los productos fitosanitarios de manera segura.
Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

®

Roquetas de Mar, agricultura sostenible con garantía de calidad

□ fhspain

Roquetas de Mar continúa consolidando su modelo agrícola como uno de los más innovadores y sostenibles de Europa, sustentado en una combinación de esfuerzo humano, infraestructuras hídricas estratégicas y una red de caminos rurales en constante modernización. Con más de 3.000 hectáreas dedicadas al cultivo bajo plástico y una potente industria auxiliar, el municipio mantiene firme su liderazgo hortícola, respondiendo con determinación a los grandes retos de la escasez de agua y la necesidad de mejorar la conectividad rural.

La seguridad hídrica ha vuelto a situarse como prioridad. A principios de 2025, la Junta de Andalucía declaró de interés de la Comunidad la construcción de un depósito de agua de abastecimiento urbano en Roquetas de Mar, con el fin de reforzar las reservas en caso de incidencias en la planta desaladora de Dalías II.

Concesión de agua desalada

La apuesta por la gestión eficiente del recurso se ha visto reforzada con la entrega de la concesión de agua desalada por 20 años al Ayuntamiento de Roquetas de Mar, que permitirá disponer de hasta 10 hectómetros cúbicos de aguas regeneradas procedentes de la Estación Depuradora de Aguas Residuales (EDAR) de Roquetas de Mar. Esta concesión, junto a una inversión de 14 millones de euros en la conexión de agua en alta, convierte a Roquetas en el primer municipio del Poniente almeriense que se abastecerá de forma exclusiva de agua desalada de calidad, garantizando así el futuro agrícola y urbano del municipio.

El consejero, Ramón Fernández-Pacheco, entregaba esta concesión al alcalde de Roquetas de Mar y presidente del Consorcio, para la Gestión del Ciclo Integral del Agua en el Poniente, Gabriel Amat, destacando que “se trata de la primera concesión que la Junta autoriza para este tipo de aguas que está adaptada a la nueva normativa”.

Por su parte, Amat señala que “este logro demuestra que Roquetas no solo se



sitúa a la cabeza en innovación tecnológica, sino que también reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible. Gracias a esta infraestructura, garantizamos una fuente alternativa de agua que permitirá asegurar el abastecimiento para el regadío en un contexto de sequía estructural. Es una apuesta valiente y eficaz por el futuro de nuestra agricultura y nuestro entorno ya que con este importante paso se está garantizando la protección del ecosistema del Poniente almeriense”.

Por otro lado, este año el Ayuntamiento de Roquetas de Mar ha dado un paso decisivo al aprobar la contratación de un servicio integral de mantenimiento y conservación de caminos rurales. Esta medida, con una inversión inicial de más de 418.000 euros y prorrogable hasta cuatro años, permitirá garantizar la seguridad, la higiene ambiental y la rápida respuesta a las necesidades de agricultores y transportistas. La concejala de Presidencia, Rocío Sánchez, ha subrayado la importancia de asegurar la transitabilidad de una red que soporta diariamente un intenso movimiento de vehículos agrícolas, esenciales para llevar la producción desde los invernaderos hasta los mercados europeos.

Modelo en continua evolución

Estas actuaciones, junto al impulso de la tecnificación de los cultivos, la lucha biológica, la incorporación de jóvenes al sector y el reconocimiento del papel de la mujer en la agricultura, dibujan el horizonte de un modelo que no deja de evolucionar. Roquetas demuestra que su agricultura no solo produce alimentos, sino que genera desarrollo, sostenibilidad y oportunidades, afianzándose como motor económico esencial para Andalucía y para Europa.

Roquetas de Mar

AGRICULTURA con sello de calidad



AYUNTAMIENTO DE
ROQUETAS DE MAR

Síguenos en nuestras redes sociales:



@AytoRoquetas



@AytoRoquetas



@roquetasdemar

“Hazlo como los profesionales”



Ten acceso a toda la información

Últimos precios			
ALHONDIGA			
Pimiento California Rojo	Pimiento California Verde	Pimiento Italiano Verde	Pimiento Lamuyo Rojo
0,87	1,08	1,65	0,90
0,84	1,05	1,51	0,81
0,82	1,02	1,43	0,76
0,80	0,96	-	0,72
0,78	0,91	-	0,68
0,74	0,88	-	0,65
0,72	0,84	-	0,63
0,70	-	-	0,61
-	-	-	0,57



Accede a los precios de las subastas **GRATIS**

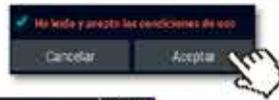
- Visualiza los precios como en la pizarra de las subastas.
- Estadísticas por año, meses, semana y días.
- Comparativa de precios por día y tipo de productos.
- Alertas de precios y alhóndigas configuradas a tu medida.
- Precios en tiempo real.

Nuevo usuario:

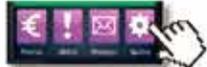


1 Te descargas la aplicación en App Store o en Google Play. La buscas poniendo su nombre 'Precios Hortícolas'.

2 Aceptas las condiciones de uso de la aplicación.



3 Abres 'Ajustes'.



4 Dentro de 'Ajustes' abres 'Registro'.

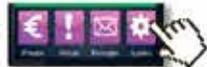


5 Rellena el formulario que aparece, es muy sencillo.

6 Valida tus datos y ya estarás registrado.

Usuarios ya registrados:

1 Si ya has utilizado previamente la aplicación, ve a 'Ajustes'.



2 Recuperar Registro.

3 Introduce el email con el que te diste de alta y recibirás un correo de confirmación.



4 Ya podrás disfrutar de nuevo de tu aplicación de precios al completo.



Cooperativa La Palma impulsa al sector hacia un modelo más consciente y responsable

La Palma invita a tomar en serio la agricultura, la alimentación y el futuro



La Palma, líder nacional en la producción de tomate cherry, minivegetales y especialidades, referente en Europa, participa un año más en Fruit Attraction con un mensaje rotundo: apostar por una alimentación consciente, responsable y sensible. Allí presentará su modelo de economía circular, en el que nada se desperdicia: todo suma y todo alimenta.

La cooperativa trabaja de forma integrada con toda la cadena agroalimentaria, compartiendo el propósito de alimentar con conciencia y de utilizar los recursos naturales con responsabilidad, asegurando así el futuro de la profesión y los alimentos necesarios.

Novedades y soluciones para el futuro

En esta edición, La Palma mostrará sus nuevas soluciones para afrontar los retos de la agricultura y la alimentación, como sus nuevas variedades sabor de tomate; un amplio portfolio de minivegetales; una excelente gama de subtropicales con chirimoya, aguacate, mango, pitahaya, fruta de la pasión y caviar cítrico, a la que se incorpora Taiyoo, su sofisticado melón ja-



ponés; una V gama Premium para alternativas veganas de calidad; todo envuelto con atractivos packagins sostenibles.

Visión de futuro

Pedro Ruiz, presidente de Cooperativa La Palma, asegura: “La clave está en transformar las dificultades en oportunidades

para acelerar la transición hacia un modelo más eficiente y sostenible, alineado con las necesidades de nuestros socios y del mercado”.

Con más de 50 años de trayectoria, La Palma sigue reforzando su apuesta por la innovación, la eficiencia y el conocimiento agronómico, optimizando el uso del agua, reduciendo el desperdicio y generando un impacto positivo en lo social, lo económico y lo medioambiental.

La cooperativa también trabaja en la formación de nuevos líderes agrícolas, conscientes de que el relevo generacional y la transferencia de conocimiento son claves para garantizar la alimentación del futuro.

Prioridades y retos 2026

Para los próximos años, La Palma se marca como objetivos consolidar los proyectos de IV y V Gama, seguir investigando en material genético de futuro, definir y ofrecer el producto que agricultores y consumidores demandarán en los próximos años. Todo ello, continuando con su modelo basado en sostenibilidad, salud y sabor, con lo que Cooperativa La Palma se confirma como actor imprescindible en el cambio de paradigma que exige la alimentación del futuro.



30 SEPT - 02 OCT 2025

VISÍTANOS EN STAND 9D09

En **Cooperativa La Palma** cultivamos nuestros tomates con responsabilidad y compromiso. Cada uno de ellos es único: en forma, textura, sabor y aroma. Pero todos comparten una misma historia: la de la conciencia, el respeto y el futuro.

Con cada decisión agronómica somos conscientes del papel que desempeñamos en la salud del planeta y de las personas.

Saborea nuestro modelo de economía circular, donde cada ingrediente se transforma en valor.





Eurosol lidera en Almería el impulso de la inteligencia artificial al servicio de la agricultura

□ fhspain

Eurosol, empresa emblemática del sector agrícola almeriense, ha desarrollado una iniciativa que representa un salto cualitativo hacia la llamada “Agricultura 4.0”. Se trata de un proyecto pionero que apuesta por la implementación de inteligencia artificial (IA) en los invernaderos almerienses, con resultados ya palpables en eficiencia, prevención fitosanitaria y digitalización del trabajo diario.

Una apuesta de tres años por la innovación real

El proyecto se gestó en 2022, cuando Eurosol decidió explorar cómo la IA podía aportar soluciones efectivas a retos concretos del campo, como las plagas, enfermedades y las adversidades climáticas. Tras un periodo de investigación, en julio de 2023 dio un paso decisivo con la firma de una alianza con una empresa especiali-

zada en IA para sectores de invernadero, habilitando explotar in situ los primeros sistemas inteligentes.

A inicios de 2024, esta colaboración se formalizó con la start-up española Savian Robotics, a la que se otorgó un espacio de I+D en la finca de Níjar. Este entorno de experimentación sirve para validar en tiempo real las herramientas y algoritmos de IA, adaptándolos a condiciones reales del cultivo.

Entre los avances destacados está la herramienta Savian Human: un sistema de análisis de datos. Esta tecnología permite recopilar información histórica diaria de rendimiento por planta y por tipo de tarea, llevando el control de producción a un nivel de detalle que antes no era viable.

Otro componente clave es el despliegue de sensores inteligentes con capacidad predictiva de plagas. Estos dispositivos monitorizan en tiempo real variables esenciales como humedad, temperatura, iluminación y concentración de CO₂. Gracias a

esta visibilidad continua del entorno, se anticipan posibles brotes fitosanitarios y se pueden tomar medidas preventivas —antes de que las plagas se conviertan en un problema—, elevando significativamente la eficiencia del manejo del invernadero.

Mirando al futuro: más IA y agricultura de precisión

El recorrido innovador apenas comienza. Eurosol afirma que los primeros resultados son prometedores, pero aún queda un largo camino: el proyecto persigue una máxima optimización de recursos, con alentadores indicadores de eficiencia. En definitiva, el proyecto de SAT Eurosol, apoyado por Savian Robotics, representa un claro adelanto hacia una agricultura inteligente y sostenible. Con herramientas como Savian Human y sistemas predictivos de plagas, se dibuja un futuro digitalizado y más competitivo, donde la IA no solo apoya sino transforma el cultivo bajo plástico en Almería.

EUROSOL IMPULSA EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL SECTOR AGRÍCOLA ALMERIENSE



Agro San Isidro renueva el compromiso con los agricultores una campaña más

 fhspain

Francisco Martín, responsable de Agro San Isidro, tiene muy claro que la única forma de progresar es conseguir que los agricultores obtengan su beneficio y consigan la posibilidad de rentabilizar sus cosechas. “Este año hemos renovado nuevamente el compromiso con los productores, con el objetivo de disponer de su producción y que ellos consideren que han podido comercializar con la máxima rentabilidad el resultado de su trabajo en sus explotaciones”, dice Martín.

Así mismo matiza que “no queremos que nos vean como meros comerciales de sus hortalizas, y sí como unos estrechos colaboradores para que puedan conseguir la rentabilidad que necesitan en sus explotaciones”.

En cuanto al objetivo que se plantea Agro San Isidro para este año está aumentar el volumen de subasta, así como la cantidad de kilos que se comercializan directamente y con las diferentes fórmulas que tienen para ello.

El grupo que preside Francisco Martín cosecha producción propia en colaboración con productores de la zona con los que mantiene una estrecha colaboración para la explotación de fincas, tanto al aire libre como en invernadero.

En la pasada campaña agrícola se comercializó en torno a 70 millones de kilos y este año el objetivo es incrementar ese volumen gracias a la potenciación de la subasta de Níjar que vende a diario y los centros de El Ejido ubicados en lugares estratégicos de Tarambana y Polígono de La Redonda, en la carretera de Puesto Rubio de La Redonda a Las Norias de Daza.

Agro San Isidro S.A. es una empresa con una experiencia en el sector de más



Sede central de Agro San Isidro en Níjar. /FHSPAIN

de treinta años, comenzando en su origen allá por el año 1987 con la subasta de producto convencional y siendo su principal fuente de abastecimiento sus más de 800 agricultores en producción en la comarca de Níjar, conocida por su Parque Natural.

Por su parte, otra empresa asociada es Agrupación Campos del Levante S.L., que nace como consecuencia de un proyecto de modernización en instalaciones, maquinaria y producción; esta misma es la que manufactura los productos en diferentes tipos de formatos, abasteciendo a mercados como Alemania, Francia, Italia y Polonia, entre otros.

En Agro San Isidro S.A. se dedican, principalmente, a la venta y ofrece sistemas al agricultor para que pueda comercializar sus productos a través de la subasta tradicional o a través de la subasta normalizada e incluso por comercialización directa.



Francisco Martín, gerente. /FHSPAIN



Punto de recogida de Agro San Isidro en El Ejido.

PRODUCTOS:

- Tomate en sus diferentes tipos: rama, redondo, pera, cherry, cherry en rama, cherry cocktail, tomate cherry pera, cherry redondo.
- Además cuenta con calabacín, berenjena, pepino corto, pepino holandés, pimiento California, pimiento italiano, sandía.

Teléfono: +34 950 385 515.

Email: administracion@agrosanisidro.com

Dirección postal: Camino del Calvo S/N. Campohermoso. Almería

Agro San Isidro siempre ha estado muy vigilante con la calidad del producto que ponen en los lineales de los supermercados de toda Europa y es por ello que desde el año 2012 está adherida a los prestigiosos certificados a nivel internacional.

SUBASTA EN CAMPOHERMOSO: 17:00 H. DE LUNES A VIERNES 16:00 H. LOS SÁBADOS • PUNTOS DE RECOGIDA: EN TARAMBANA Y LA REDONDA EN EL EJIDO

TELÉFONOS PUNTOS DE RECOGIDA: 611 70 60 97// 950 06 23 99

Máxima calidad de nuestros productos en una zona única de Europa

SUBASTAS
Cada tarde en Campohermoso
En sede central de Agro San Isidro

AGRO

SAN ISIDRO



**PUNTOS DE REGOGIDA
DE PONIENTE**



EN TARAMBANA:
Paraje Tarambana N° 305, Carretera
Balerna-Dalias (AL-4302), El Ejido



EN EL EJIDO:
Carretera de Puesto Rubio- 04710-Santa María del Águila,
Polígono de La Redonda- El Ejido

Teléfonos: 611 706 097 y 950 062 399



agrosanisidro.com



Camino del Calvo S/N • Campohermoso (Almería)



+34 950 385 515



administracion@agrosanisidro.com

Aumenta más de un 30% las explotaciones de producción ecológica en Andalucía en los últimos cuatro años

□ fhspain

Las explotaciones de producción ecológica en Andalucía han aumentado más de un 30 por ciento en los últimos cuatro años. Este dato se desprende de un estudio elaborado por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural sobre la Orientación Técnico-Económica (OTE) y dimensión de las explotaciones agrarias de producción ecológica a partir de los datos registrados en el Sistema de Información de la Producción Ecológica de Andalucía (SIPEA).

A este respecto, el secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Manuel Gómez, ha destacado que “este dato es reflejo del compromiso inequívoco del Gobierno andaluz con la sostenibilidad en el sector agrícola y la apuesta por una agricultura más rentable y eficiente a través de las diferentes medidas llevadas a cabo en los últimos años, entre las que destacan el Proyecto de Ley de Impulso y Promoción de la Producción Ecológica y otras Producciones Certificadas”.



En dicho estudio se observa como desde 2020 se ha incrementado un 32 por ciento las explotaciones ecológicas en Andalucía y un 28 por ciento la superficie certificada (o en proceso de conversión), por lo que actualmente son más de 22.000 explotaciones registradas y un total de más de 1,4 millones de hectáreas.

Los resultados de este análisis muestran que las explotaciones mayoritarias en “eco” son en su mayoría -más del 66 por ciento del total- las explotaciones especializadas

en cultivos permanentes. Asimismo, esta tipología de explotaciones supone más del 41 por ciento del total de producción ecológica.

Dentro de este grupo, los cultivos principales son los frutos secos, seguidos del olivar. Sin embargo, las mayores superficies se dan en las explotaciones herbívoras especializadas de carácter extensivo, con más de un 54 por ciento del total. En este grupo destaca el bovino de carne con más de 1.500 explotaciones y casi 500.000 hectáreas.

La Junta consensúa el último borrador de la I Estrategia de la Industria Agroalimentaria Andaluza

□ fhspain

El consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco, ha avanzado que la Junta de Andalucía consensúa a través de cuatro grupos de trabajo el último borrador de la Primera Estrategia de la Industria Agroalimentaria Andaluza.

Así lo ha señalado Fernández-Pacheco durante la inauguración de la tercera edición de Auténtica Premium Food, la que se erige como la mayor feria agroalimentaria del sur de España. Durante la atención a medios, el consejero ha seña-

lado la importancia que tiene la industria agroalimentaria en Andalucía, que supone el 20 por ciento del total a nivel nacional y que generan el 25 por ciento del empleo industrial en la región.

En esta línea, ha explicado que “con el objetivo de que el sector agroalimentario siga siendo punta de lanza a nivel económico, desde Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, en colaboración con la Consejería de Industria, Energía y Minas, estamos ultimando la Primera Estrategia de la Industria Agroalimentaria Andaluza, que contará con 15 líneas de acción divididas por objetivos”.



“Una estrategia que se encuentra en la fase final y que está siendo muy participada por todos los agentes sociales y económicos implicados a través de cuatro grupos de trabajo con la Mesa de Diálogo Social, Mesa de Interlocución Agraria, Landaluz y Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía”, ha detallado el titular del ramo.



Nunca nada fue tan rápido

Mantén los PULGONES a raya.
Machaca la MOSCA BLANCA.

Closer[®]

Isoclast[™] active

INSECTICIDA

- Bajos LMRs después de la aplicación.
- Corto Plazo de espera.
- Niveles de residuos bajos y fáciles de manejar.
- Respetuoso con auxiliares.
- Modo de acción único, del grupo sulfoxaminas.



Visítanos en: corteva.es | [@cortevaES](https://twitter.com/cortevaES)



España podría aumentar su exportación a Mercosur en un 50%

Así lo asegura el ministro, Carlos Cuerpo, quien señala que el sector agroalimentario podría multiplicar su comercio con Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay en los próximos años gracias a este acuerdo

□ fhspain

España exportó en 2024 a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay un total de 4.705,6 millones de euros en mercancías, una cifra que podría crecer cerca de un 40% tras el acuerdo de la UE y Mercosur, e incluso alrededor de un 50% en el caso de los productos agroalimentarios.

Así lo señala el propio ministro de Economía, Carlos Cuerpo, quien calcula que la apertura al Mercosur supondría un incremento de hasta un 40 o un 50 % de las exportaciones de vino y aceite de oliva españoles, cuyas ventas no son muy significativas en la actualidad, salvo por los 102,2 millones en aceite de oliva que compra Brasil.

Estos datos, aportados por el Gobierno de España tras el estudio que la Secretaría de Estado de Comercio encargó en 2021 a la Universidad Complutense de Madrid, aseguran así una mejoría de



un comercio exterior español que ya recogía grandes datos con Mercosur. Y es que España ya exportó en 2024 bienes a la zona por un importe total de 4.705,6 millones, lo que sitúa al país entre los mayores exportadores europeos a la re-

gión por detrás de Alemania, Francia e Italia.

Sin embargo, la balanza comercial con Mercosur aún es deficitaria para España, ya que sigue importando de la región más del doble de lo que exporta.

El sector agrícola lidera de nuevo la bajada del paro con un 12,4% menos

□ fhspain

Según los últimos datos de los registros del Servicio público de empleo estatal (SEPE), difundidos por el Ministerio de Trabajo y Economía Social, el sector agrícola ha vuelto a liderar en agosto la bajada del paro anual con un retroceso del 12,44% y 10.880 desempleados menos que hace un año.

Con estos datos, el número total de parados en el sector primario se sitúa ya en las 76.546 personas, descendiendo también un 2,36% y 1.849 personas, en comparación con el mes pasado.

En definitiva, un verano muy positivo en el sector agrícola, donde en julio se experimentó, de igual forma, una bajada del anual del 12,66%, contabilizando 11.368 desempleados menos que hace exactamente un año.

Por otra parte, en cuanto al número de ocupados, el sector agrícola sí que sufrió un pequeño descenso después de que se situara en 203.455 personas, un 2,28% menos que el mes pasado; mientras que los demandantes de empleo no ocupados se situó en 94.045 y un 2,19%. Algo que explica que el sector agrícola registrara un 3,96% menos de contratos, hasta situarse en los 85.193.



Ramiro Arnedo, más global, presenta nuevas variedades en Madrid

La empresa refuerza su red comercial en más de 50 países y amplía su presencia internacional



Ramiro Arnedo, la histórica empresa de semillas española, estará nuevamente presente en IFEMA Madrid, consolidando su compromiso con el sector hortofrutícola y estrechando lazos con agricultores, distribuidores y técnicos.

La compañía mantiene su apuesta por la internacionalización, con el objetivo de duplicar su volumen de negocio exterior, pasando del actual 15% al 30% en los próximos años.

Compromiso con la investigación, el agricultor y los mercados globales

“Apostar por las personas y el talento es clave para seguir creciendo”, afirma a FHS-PAIN Henry Smienk, director de marketing. La compañía mantiene una estrategia firme basada en la investigación aplicada, el desarrollo varietal, una relación cercana con el agricultor, y una proyección internacional. Con centros de I+D en La Rioja, Almería y Murcia, la empresa trabaja con materiales adaptados a las necesidades reales del campo y de la industria, garantizando rentabilidad, resistencia y calidad en todas sus variedades.

Gama ProREs

Ramiro Arnedo hará hincapié en su gama ProREs, ofreciendo pimientos que destacan por su alta productividad, resistencias y excelente rendimiento. Las novedades dentro



Stand de Ramiro Arnedo en Fruit Attraction con una gran afluencia de profesionales de sector.

de esta línea son Domecq F1, un California rojo extratemprano, y Jandilla F1, un California rojo temprano. Estas variedades completan el catálogo junto a Victoriano F1, Cliepo F1 y Testudo F1, todas adaptadas a distintos ciclos, zonas de cultivo y resistencias completas.

También lanzan D-Mole-Dor F1, una nueva variedad de pimiento guindilla picante que destaca por su alta productividad, frutos sin peseta, excelente sanidad vegetal y resistencias a L4, spotted, oídio y nematodos.

Tomates resistentes al rugoso

Dentro de su apuesta por la mejora genética, Ramiro Arnedo presentará dos nuevas variedades de tomate con resistencia al virus del rugoso. Por un lado, Trinchera F1, un tomate tipo beef suelto que combina

frutos de calibre GG-GGG con una destacada firmeza y excelente vida poscosecha. Y por otro lado, Barricada F1, un pera gordo de color rojo intenso que destaca por su homogeneidad, sanidad vegetal y buen comportamiento en campo. Asimismo, se consolida la presencia de Surprised F1, un tomate suelto de calibre G-GG que ha demostrado un rendimiento fiable en ciclos de primavera-verano.

Más innovación

La compañía trabaja activamente en cebolla, con variedades de buena conservación y calibre uniforme; en lechuga, con materiales resistentes en todas las tipologías; en alcachofa, con nuevas selecciones para fresco e industria; y en melón amarillo, con referencias como Hawaii F1, Bahamas F1 y Nassau F1.

PIMIENTOS
PRODUCTIVOS
& RESISTENTES

Ramiro  Arnedo
semillas



- ✓ JANDILLA
TEMPRANO
- ✓ DOMEcq
EXTRA
- ✓ VICTORIANO
TEMPRANO



El valor de la producción de frutas y hortalizas asciende a 20.780 millones



 fhspain

El valor de la producción de frutas y hortalizas se ha situado en 20.780 millones de euros, según los últimos datos hasta octubre de 2024 de la Subdirección General de Estadística del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, lo que supone el 57% de la Producción Vegetal (en la que se incluyen los grandes

sectores: cereales, olivo...), manteniéndose como el primer sector de la agricultura española.

En los 20.780 millones de euros que supone el valor de la producción de frutas y hortalizas, un total de 8.303 millones de euros corresponden a hortalizas, 7.666 millones de euros a hortalizas, 3.879 millones de euros al sector de flores y plantas y 932 millones de euros a patata y semillas. En cuanto a la Pro-

ducción Final Agraria, en la que además de la producción vegetal se incluye la producción animal, las frutas y hortalizas representan el 31% del total. Según los datos hasta octubre de 2024 de la Subdirección General de Estadística del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, procesados por FEPEX, el valor de la Producción Vegetal es de 36.760 millones de euros y el de la Producción Final Agraria en 67.483 millones de euros.

La Región de Murcia iniciará el pago del adelanto de las ayudas de la PAC el 16 de octubre

 fhspain

La Comunidad de Murcia iniciará el pago del adelanto de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) el próximo 16 de octubre, una vez que ya han sido activados los trámites, según informó hoy la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, a los miembros de la ejecutiva de la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), con los que mantuvo un encuentro. “Desde el Gobierno regional somos muy sensibles con la situación del sector y por



eso hemos redoblado esfuerzos para ayudar a que agricultores y ganaderos reciban estas ayudas lo antes posible”, afirmó Rubira.

Más de 9.600 solicitudes

La consejera también informó de que el número de solicitudes recibidas este año asciende a 9.679. Estas subvenciones de la PAC se distribuyen en diferentes líneas, como la ayuda básica a la renta para la sostenibilidad, el pago redistributivo, la ayuda complementaria a jóvenes agricultores, los pagos asociados a ganaderos o los eco regímenes.

Las cuatro estaciones *del sabor*

La sinfonía perfecta entre **sabor y versatilidad**
en primavera, verano, otoño e invierno.
Cultivado para estar disponible durante todo el año,
se adapta a las preferencias del consumidor.



sweetpalermo.com
 [sweetpalermoes](https://www.instagram.com/sweetpalermoes)

Degústalo en los
pabellones 3, 7 y 9



**fruit
attraction**

30 SEPT - 02 OCT 2025

Control desde el inicio: el valor de la muestra en la seguridad alimentaria

□ Departamento Planning and Risk,
Área de Proyectos de Analytica
Alimentaria GmbH

En la actualidad asistimos a un flujo constante y creciente de alimentos desde las zonas de producción hasta el consumidor. El volumen es tal que presenta desafíos muy complejos en cuanto al adecuado control de la seguridad alimentaria. Sin los controles adecuados, los peligros de tipo microbiológico o químico pueden materializarse en riesgos inaceptables para la salud, en ocasiones derivando en alertas sanitarias y retiradas de producto.

Los programas de monitorización analítica, además de garantizar el cumplimiento normativo, se erigen como un pilar estratégico para la seguridad alimentaria. Estos sistemas protegen la salud pública, aseguran la sostenibilidad del negocio agroalimentario y generan confianza en toda la cadena desde los operadores hortofrutícolas hasta el consumidor final.

La fase de muestreo es un requisito fundamental y una etapa crítica para el éxito de estos planes de control analítico. La muestra, como representación estadística del total de la carga, determina la validez de las decisiones posteriores. Un error en su selección o recogida comprometería toda la estrategia de control posterior, generando no conformidades y riesgos legales.

¿En qué consiste una muestra?

Una muestra es una cantidad determinada de producto alimentario tomada de un lote para ser analizada, seleccionada de manera que pueda considerarse representativa de dicho lote. Por tanto, la toma de muestra implica seleccionar una porción del total que permita inferir las características microbiológicas o químicas del conjunto. Para ello deben aplicarse criterios metodológicos estandarizados, con un componente estadístico fiable.

¿Cómo se toma una muestra?

Existen varios procedimientos diferentes para la toma de muestras, de los cuales destacamos los siguientes:

- Toma de muestra puntual, tomando una porción única sin un plan definido.
- Toma de muestra aleatoria, tomando en diferentes puntos siguiendo un método estadístico apropiado.



- Toma de muestra sistemática, siguiendo intervalos fijos y predeterminados (p.ej. 1 muestra cada 100 unidades).
- Toma de muestra enfocada al riesgo, identificando situaciones críticas dentro del lote muestreado.

Cada método posee aplicaciones específicas según el contexto agroalimentario (tipo de producto y riesgos asociados), pero comparten un requisito fundamental: la ejecución por personal capacitado, con competencia técnica para identificar situaciones críticas durante el muestreo y evaluar su impacto en el resultado analítico final.

¿En qué consiste la representatividad de la muestra?

La representatividad es la propiedad de la muestra que garantiza que los resultados analíticos sean extrapolables estadísticamente a todo el lote o producto comercializado. Este principio es fundamental en la industria agroalimentaria debido al gran volumen de mercancías comercializadas, ya que permite optimizar los recursos de control (costes analíticos, personal técnico y logística) sin comprometer la fiabilidad de los resultados.

La muestra equivocada no sirve de nada

Una muestra mal seleccionada o tomada incorrectamente compromete toda la estrategia de control analítico. La mejor analogía sería la del cirujano que realiza una intervención exitosa, pero en el paciente equivocado. Los resultados serían inútiles y los costes derivados del error pueden ser incalculables. Teniendo en cuenta esta perspectiva, es posible enfocar nuestras estrategias de control analítico de una forma más efectiva.

Identificación de riesgos: clave para un muestreo eficaz

La toma de muestras orientada al riesgo permite focalizar los esfuerzos analíticos en los puntos más críticos del entorno productivo. Esta estrategia aporta información clave para la evaluación de riesgos. Es especialmente relevante en casos de contaminación microbiológica, donde una detección temprana puede evitar riesgos graves para la salud pública como pueden ser los brotes de patógenos como *Listeria monocytogenes* o *Salmonella* sp. En el ámbito de los pesticidas, la presencia de materias activas no autorizadas o en niveles superiores a los reglamentarios representa un grave riesgo toxicológico. La detección de pesticidas en productos ecológicos es especialmente problemática, ya que la presencia de residuos está muy restringida. En todos los casos, el muestreo correctamente enfocado por parte de un técnico experimentado permite anticiparse al riesgo e identificar zonas o lotes con mayor probabilidad de resultar problemáticos, con lo que es posible tomar decisiones más eficaces para proteger al consumidor.

Base normativa

Existe un marco normativo europeo y nacional que establece criterios estrictos para la toma de muestras, los métodos analíticos y la interpretación de resultados. Analytica Alimentaria posee la experiencia técnica necesaria para traducir estos requisitos legales en soluciones adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente, garantizando siempre el cumplimiento regulatorio.

Nuestro equipo

En Analytica Alimentaria trabajamos para ofrecer nuestros servicios como una herramienta sólida para la toma de decisiones en materia de Seguridad Alimentaria a lo largo de toda la cadena de suministro de alimentos. Contamos con un gran equipo técnico de profesionales cualificados, con presencia nacional e internacional, con amplia experiencia y conocimientos específicos de procedimientos de muestreo debidamente acreditados. Como laboratorio acreditado bajo la norma ISO/IEC 17025, respaldada por auditorías periódicas, aseguramos la trazabilidad, precisión y validez internacional de nuestros resultados, adaptándonos a los desafíos específicos de cada cliente.

Especiales **fh**almería OCTUBRE 2025

Seguimiento de Cultivos y Producción Ecológica



*¡Consigue la presencia que necesitas participando
en esta edición mostrando tus productos y servicios!*

Departamento comercial y publicidad:
Carlos Gutiérrez Gutiérrez

Tel: 680 420 011
E-mail: info@fhalmeria.com

fhalmería



Carmen Crespo, coordinadora de Política Rural del Partido Popular

Se trata de un cargo que viene a posicionar a la provincia en un tema de vital importancia para Almería como es el mundo rural y la agricultura

□ Elena Sánchez

El Partido Popular de Almería sigue incrementando su peso político en el equipo de Alberto Núñez Feijóo con el nombramiento en el Comité Ejecutivo Nacional de la eurodiputada Carmen Crespo como coordinadora de la Política Rural del PP, dentro de la vicesecretaría de Economía y Desarrollo Sostenible dirigida por Alberto Nadal, un cargo que viene a posicionar a la provincia en un tema de vital importancia para Almería como es el mundo rural y la agricultura.

Carmen Crespo, ha dado las gracias a Alberto Núñez Feijóo por su respaldo y por darle la oportunidad de estar en su equipo y trabajar por el campo y la pesca. “El sector nos necesita más que nunca y es para mi un honor coordinar a este gran equipo en el que estaré acompañada por Mercedes Morán,



La eurodiputada Carmen Crespo, (segunda por la derecha) con más compañeros. /FHSPAIN

Mila Martos y Rosa Quintana. “No hay tiempo que perder, sabemos lo que se necesita y vamos a trabajar para que el campo vuelva a ser muy pronto una prioridad para el Gobierno de España con Alberto Núñez Feijóo como presi-

dente”, ha afirmado. El presidente provincial del PP, Javier A. García, ha felicitado a la nueva coordinadora nacional y ha destacado “su compromiso con Almería y con la agricultura de la que siempre ha sido una fiel defensora”.

Éxito en el I Congreso Gastronómico MareTerra de Roquetas de Mar

□ fhSpain

El Palacio de Congresos de Agudulce acogió los pasados días 21 y 22 de septiembre el I Congreso Gastronómico MareTerra (Huerta y Mar) en horario de 10 a 18 horas y con entrada libre. Este congreso se enmarca dentro de las actividades organizadas con motivo del Día Mundial del Turismo y la denominación de Roquetas de Mar como Ciudad Gastronómica 2025. De esta forma, el tradicional Foro Internacional de Turismo se vincula este año a la gastronomía

para poner en valor los productos frescos del mar y la huerta roquera como motor turístico, cultural y económico.

El alcalde de Roquetas de Mar, Gabriel Amat, ha señalado la importancia de esta cita que pone de manifiesto que “Roquetas de Mar es un referente en productos frescos de máxima calidad, desde el mar a la tierra. Nuestra lonja, nuestras huertas y nuestro sector pesquero y agrícola son el corazón de una gastronomía que se ha convertido en seña de identidad de nuestro municipio”.



La producción citrícola nacional superará los 5 millones de toneladas

En naranjas, pequeños cítricos y limones se producirían bajadas significativas, mientras que en el caso del pomelo se alcanzaría una cifra récord, según cifras del Ministerio de Agricultura

□ Elena Sánchez

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación estima un aforo inicial de producción citrícola nacional de 5,44 millones de toneladas para la campaña 2025/2026, iniciada el pasado 1 de septiembre. Según el aforo, elaborado a partir de los datos de las comunidades autónomas productoras, la producción prevista será 655.000 toneladas inferior a la de la campaña pasada (-10,7 %) y un 14,2 % menor que la media de las últimas cinco campañas. Se configura así la cosecha más baja de los últimos 16 años. Y es que, como explican

desde el Ministerio de Agricultura, el descenso se debe principalmente a las excesivas lluvias en primavera, las altas temperaturas en periodos críticos del desarrollo de los frutos y los episodios de pedrisco en diversas zonas de cultivo. En concreto, de naranjas se producirían 2,72 millones de toneladas, la producción de pequeños cítricos se elevaría a 1,73 millones de toneladas. Las satsumas representarían el 5,4 % de este grupo; las clementinas el 52,2 % y el resto de las mandarinas e híbridos, el



42,3 %. Por otro lado, la producción de limones retrocedería a las 866.654 toneladas y la de pomelo, con una previsión de 107.902 toneladas, superaría a la pasada campaña (que ya fue récord) en un 8 % (+8.000 toneladas). La mesa sectorial ha tratado otros asuntos de interés como la situación sanitaria, aspectos de la cadena alimentaria y contratos, así como las ayudas públicas de las que son beneficiarios y las perspectivas de la citricultura en la próxima Política Agraria Común (PAC).



En el 92.1 de FM en Almería Capital
y en el 99.7 en Poniente y Campo de Níjar

fhalmería 
RADIO



el programa diario para triunfar en agricultura

PARTICIPA CON NOSOTROS: 680 420 011 · info@fhalmeria.com

De lunes a viernes de 18:00 horas a 19:00 horas y de 6:00 horas a 7:00 horas.
Con la pizarra de precios de fh almería a las 12:00, 13:00, 14:00, 17:00 y 18:00 horas.

SÍGUENOS
EN REDES SOCIALES





Especialistas en grupaje de frutas, hortalizas y berries

 **fruit
attraction**
30 SEP. - 2 OCT. 2025

Nos encontrarás en el
Pabellón 4; stand C-19