

FRUIT LOGISTICA

BERLÍN
4 - 6 DE FEBRERO 2026

IDEAL

ALMERÍA & GRANADA



Contenidos en
español e inglés



CRECIENDO CONTIGO, TAMBIÉN EN BERLÍN.

DEL 4 AL 7 DE FEBRERO

**Impulsamos la sostenibilidad,
la digitalización y la competitividad
de nuestras empresas para llevar
sabor y calidad a cada rincón
del planeta.**

Ayudamos a transformar retos
en oportunidades. Porque el futuro
del campo se escribe con tecnología,
conocimiento y compromiso.

Para crecer juntos.



BERLÍN

IDEAL

EDITA

Corporación de Medios de
Andalucía

DIRECTOR GENERAL

Antonio González

DIRECTOR

Quico Chirino

DELEGADO EN ALMERÍA

Miguel Cárceles

TEXTOS

Juan Sánchez

TRADUCCIÓN AL INGLÉS

Daryl Finch

PUBLICIDAD

COORDINA

Consuelo Pérez
DELEGADA COMERCIAL

Jesús Durbán, 2 - 5ª
planta
04004 Almería
Teléfono: 950 264 768
e-mail: cperez@ideal.es



vocento

CONTENIDOS

1	El acento andaluz se 'pega' en Berlín.....	4
2	Seis etapas que recorrer para conocer el futuro hortofrutícola.....	10
3	Silvia de Juanes: «La inteligencia artificial y la automatización están ya muy presentes en Fruit Logística»	14
4	Mercosur, Marruecos, Parvispinus y costes, los retos que complican la rentabilidad.....	20
5	La revolución de la IA y la automatización alcanza a la horticultura	24
6	La doble apuesta: obtener nuevos recursos hídricos y hacer un uso eficiente del agua.....	28
7	Parvispinus, un quebradero de cabeza en materia de sanidad vegetal.....	32
8	La intermodalidad del transporte, clave para la competitividad hortofrutícola.....	36
9	La digitalización, la herramienta adaptada al sector hortofrutícola....	40
10	Pimiento, el rey al que Parvispinus pone en jaque	44
11	La huerta de Europa hace malabares para ser rentable.....	48
12	Espárrago, el oro verde de Granada.....	54
13	Las exportaciones de aguacate y mango baten récord.....	58
14	Carmen Crespo: «Las quejas y críticas de los agricultores van en la línea de la falta de recursos»	62
15	Granada en Fruit Logística 2026: lista para liderar.....	68
16	Almería, la ciudad que decidió cultivar su futuro.....	72
17	Cajamar consolida su acompañamiento al sector hortofrutícola en Fruit Logística	76
18	Diputación proyecta en Berlín la imagen de Almería asociada a la máxima excelencia agrícola	80



CONTENTS

1	The Andalusian accent heard loud and clear in Berlin	8
2	Six stages to explore the future of fruit and vegetable production...12	
3	Silvia de Juanes "Artificial intelligence and automation already play a central role at Fruit Logística"	18
4	Mercosur, Morocco, parvispinus and costs: the main challenges complicating profitability	22
5	The AI and automation revolution reaches horticulture.....	26
6	A two-fold challenge: securing new water supplies while making every drop count.....	30
7	Parvispinus, a plant health headache	34
8	Intermodal transport, the key to horticultural competitiveness.....	38
9	How digitalisation has become a key tool for the fruit and vegetable sector.....	42
10	Pepper's reign under challenge by parvispinus	46
11	Why 'Europe's vegetable garden' is struggling to stay profitable.....	52
12	Granada strikes green gold with asparagus boom.....	56
13	Avocado and mango exports hit record highs	60
14	Carmen Crespo "Farmers' biggest complaint is about the lack of resources"	66
15	Granada, ready to lead at Fruit Logística 2026	70
16	Almeria, the city that chose to cultivate its future	74
17	Cajamar steps up its support for the fruit and vegetable sector at Fruit Logística.....	78
18	Almeria brings its model of agricultural excellence to Berlin.....	82

01.

El acento andaluz se ‘pega’ en Berlín

El sector hortofrutícola se traslada hasta Alemania para poner sobre la mesa de Fruit Logistica sus cartas de innovación, tecnología y calidad

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Un febrero más Berlín se convierte en el centro del comercio mundial de frutas y hortalizas con la celebración de Fruit Logistica entre los días 4 y 6 de este frío mes. Ni las gélidas temperaturas frenan a los empresarios andaluces que llegan a la muestra con el firme propósito de poner sobre la mesa donde se desarrolla la partida comercial hortofrutícola sus cartas colmadas de innovación, tecnología y calidad. Las compañías andaluzas se reparten entre los diferentes pabellones, siendo el 18 el más representativo.

En la pasada edición Fruit Logistica reunió a 91.000 profesionales de 151 países. Para esta edición se cuenta con la presencia de 2.500 expositores de casi un centenar de países, cifras similares a la anterior. El evento se caracteriza por un auténtico dinamismo industrial que trasciende su tamaño: conversaciones en los pasillos repletos de visitantes, reuniones de socios y clientes e intercambios de ideas para desarrollar a corto, medio y largo plazo. El lema de este año, ‘¡Crecamos!’, refleja ese espíritu. «Crecamos es

mucho más que un simple eslogan», afirma el director de la feria, Alexander Stein. «Refleja nuestra determinación de avanzar, adoptar la innovación y crecer no solo tecnológica y económicamente, sino también como comunidad global. Fruit Logistica es donde comienza este futuro».

Italia, Países Bajos, España, Alemania y Francia siguen siendo los cinco países con más expositores, mientras que la participación de Asia, Oriente Medio, Norte de África y África continúa aumentando. La muestra se encauza a través de tres segmentos perfectamente interconectados que abarcan toda la cadena de valor: Productos Frescos, Maquinaria y Tecnología, y Logística. En el segmento ‘Productos Frescos’, los visitantes profesionales pueden explorar el mercado global de frutas y hortalizas, descubrir nuevas variedades, comprender mejor las cambiantes estructuras de suministro y conocer a compradores y minoristas de todo el mundo. En el segmento ‘Maquinaria y Tecnología’, los visitantes se adentran en un mundo donde la tecnología se hace tangible.





Sistemas de cultivo controlados por IA, riego de precisión, instalaciones de clasificación avanzadas y robots de cosecha autónomos demuestran cómo se pueden combinar la eficiencia y la sostenibilidad. En el segmento de 'Logística', los visitantes profesionales experimentan el arte de transportar productos frescos a nivel mundial. Descubren sistemas de cadena de frío de última generación, robótica, drones, soluciones portuarias y plataformas digitales para la cadena de suministro que combinan velocidad, seguridad y sostenibilidad.

En esta edición se cuenta con 'Startup World', un ecosistema vibrante de ideas y ambiciones donde las nuevas em-

presas presentan tecnologías innovadoras para la agricultura, la logística, la agricultura vertical y la producción basada en datos. En el escenario Insights, los expositores explican las historias detrás de sus tecnologías, hacen hincapié en los problemas que resuelven y brindan a los visitantes profesionales una visión directa de cómo las ideas se convierten en soluciones prácticas.

Los foros especializados ofrecen una amplia gama de conocimientos en seis etapas: 'Foro de Productos Frescos', 'Agricultura Avanzada', 'Centro Logístico', 'Laboratorio del Futuro', 'Escenario de Perspectivas' y 'Estudio de Podcasts'. Más de 200 expertos ofrecerán más de 100 presentaciones



EXPORTACIONES AGRÍCOLAS
ALDENOR, SL

PRODUCCIÓN
COMERCIALIZACION
Y TRANSPORTE

EXPORTANDO DESDE 1980 AL SERVICIO DEL AGRICULTOR

FLOTA PROPIA DE TRANSPORTE (RUBIMATRANS)

aldenor@aldenor.com 629 644 123/ 640 698 758

Las Norias de Daza - EL EJIDO (Almería). Tel. 950 587311



intense
El tomate
de los Cocineros

sobre temas como innovaciones en fitomejoramiento, marketing minorista, automatización de invernaderos, inteligencia artificial, agricultura vertical, resiliencia climática y la logística del futuro. Cada presentación ofrece nuevas perspectivas.

La 'Ruta Orgánica' es un tour virtual que guía a los visitantes profesionales a más de 200 expositores con productos orgánicos certificados. Relata una historia de responsabilidad, transparencia y el creciente movimiento global hacia cadenas de valor sostenibles. En la zona 'Exhibición de Nuevos Productos', los visitantes profesionales encontrarán una galería del futuro. Ya sean nuevas variedades, conceptos de envasado o soluciones tecnológicas, cada pieza expuesta representa un avance y una idea tangible.

la Carrera de Mascotas en la Entrada Sur y la inspiradora ceremonia de entrega de premios FLIA hasta el innovador Simposio Científico FRUTIC, organizado en colaboración con el Instituto Leibniz de Ingeniería Agrícola y Bioeconomía (ATB), este día une innovación, experiencia en el sector y energía renovada.

Sin duda, Fruit Logistica aporta un valor añadido al sector no solo durante los tres días de la feria, sino también durante todo el año con el Informe de Tendencias recientemente publicado y el Manual Europeo de Estadísticas, que proporciona una importante orientación para el comercio mundial de frutas. El Informe de Tendencias Fruit Logistica 2026 revela, entre otras cosas, cómo la inteligencia artificial (IA) y la automatización transformarán radicalmente las ca-



Además, la XX edición del Premio a la Innovación de Fruit Logistica marca un hito. En 2026, el galardón más prestigioso de la industria celebrará su vigésimo aniversario. Los finalistas se presentarán en áreas de exposición específicas en todos los pabellones. El 6 de febrero, la feria alcanzará su emotivo clímax con la ceremonia de entrega de premios, donde los equipos visionarios serán los protagonistas y sus logros serán celebrados por toda la industria.

El 6 de febrero de 2026 no solo es el último día de la feria, sino también el Viernes Fructuoso, una vibrante celebración llena de negocios, ciencia y entretenimiento. Desde

denas de suministro mundiales de frutas y hortalizas. Las tecnologías de IA ya están mejorando áreas cruciales como la eficiencia de la producción, el control de calidad, la logística y la previsión para el comercio minorista. Los expertos del sector entrevistados para el informe destacan especialmente la rápida adopción de la evaluación de calidad basada en IA, el modelado predictivo de la cosecha y la optimización logística. También ven un gran potencial futuro en la cosecha totalmente autónoma, la evaluación de calidad no destructiva y la gestión inteligente de la cadena de frío. Todos estos avances redefinirán la eficiencia, la resiliencia y la sostenibilidad en el comercio mundial de frutas.

*De los creadores de **FESTIVAL**

Ahora llega esta nueva propuesta para que Almería siga siendo la capital de la gastronomía verde y de las frutas y hortalizas.

ESTA PRIMAVERA VA A SER VRUITAL

EL GRAN EVENTO DE LA GASTRONOMÍA
VERDE Y LA AGRICULTURA EN EL
CORAZÓN DE ALMERÍA

ORGANIZA

a•color
agencia de marketing y comunicación



ALMERÍA
CIUDAD

*Congreso Internacional de Gastronomía Verde.



The Andalusian accent heard loud and clear in Berlin

The leading lights in the fruit and vegetable sector are heading to Germany to lay their innovation, technology and quality cards on the table at Fruit Logistica

Once again in February, Berlin becomes the global hub of the fruit and vegetable trade with the celebration of Fruit Logistica from 4 to 6 February. Freezing temperatures do little to deter Andalusian business leaders, who arrive with a clear objective: to lay their cards on the table in the international horticultural marketplace, showcasing innovation, technology and quality. Andalusian companies are spread across several halls, with Hall 18 the most representative.

At the previous edition, Fruit Logistica brought together 91,000 professionals from 151 countries. This year, around 2,500 exhibitors from almost 100 countries are taking part, figures similar to last year. Beyond its size, the event stands out for its intense industrial activity. The aisles buzz with conversations, meetings between partners and clients take place throughout the day and ideas are exchanged with a view to short, medium and long-term development.

This year's slogan, 'Let's grow!', captures that spirit. "Let's grow is much more than a simple slogan," says the fair's director, Alexander Stein. "It reflects our determination to move forward, embrace innovation and grow not only technologically and economically, but also as a global community. Fruit Logistica is where this future begins."

Italy, the Netherlands, Spain, Germany and France remain the five countries with the highest number of exhibitors. Meanwhile, participation from Asia, the Middle East, North Africa and Africa continues to increase. The event is organised around three closely connected segments that

cover the entire value chain: Fresh Produce, Machinery and Technology and Logistics.

In the Fresh Produce segment, trade visitors can explore the global fruit and vegetable market, discover new varieties and better understand changing supply structures. It is also a key platform for connecting with buyers and retailers worldwide. The Machinery and Technology segment, meanwhile, offers a more hands-on view of innovation. AI-controlled growing systems, precision irrigation, advanced sorting facilities and autonomous harvesting robots show how efficiency and sustainability can work together. Elsewhere, in the Logistics segment, visitors discover the complexity of moving fresh produce worldwide, from state-of-the-art cold chain systems to robotics, drones, port solutions and digital supply chain platforms that combine speed, safety and sustainability.

This edition also features Startup World, a dynamic ecosystem where new companies present innovative technologies in agriculture, logistics, vertical farming and data-driven production. On the Insights stage, exhibitors share the stories behind their technologies, explain the problems they address and give trade visitors a clear picture of how ideas are transformed into practical solutions.

Specialist forums offer a wide range of knowledge across six stages: the Fresh Produce Forum, Advanced Agriculture, Logistics Hub, Future Lab, Insights Stage and Podcast Studio. More than 200 experts will deliver over 100 pres-



entations on topics including breeding innovation, retail marketing, greenhouse automation, artificial intelligence, vertical farming, climate resilience and future logistics, with each session offering fresh perspectives.

The Organic Route, meanwhile, is a virtual tour that guides trade visitors to more than 200 exhibitors with certified organic products. It tells a story of responsibility, transparency and the growing global movement towards sustainable value chains. In the New Products Showcase area, visitors will find a gallery of the future. From new varieties and packaging concepts to technological solutions, every exhibit represents progress and a tangible idea.

This edition also marks a milestone with the 20th Fruit Logistica Innovation Award. In 2026, the industry's most prestigious prize celebrates its twentieth anniversary. Final-

ists will be showcased in dedicated exhibition areas across all halls. On 6 February, the fair will reach its emotional peak with the awards ceremony, where visionary teams take centre stage and their achievements are celebrated by the entire industry.

February 6th is not only the final day of the fair, but also Fruity Friday, a lively celebration that blends business, science and entertainment. From the Mascot Race at the South Entrance and the inspiring FLIA awards ceremony to the innovative FRUTIC Scientific Symposium, organised in collaboration with the Leibniz Institute for Agricultural Engineering and Bioeconomy (ATB), the day brings together innovation, sector expertise and renewed energy.

It is clear that Fruit Logistica adds value to the sector not only during the three days of the fair but throughout the year. This is reflected in the recently published Trends Report and the European Statistics Handbook, which provide important guidance for global fruit trade. The Fruit Logistica Trends Report 2026 reveals, among other insights, how artificial intelligence and automation are set to radically transform global fruit and vegetable supply chains.

AI technologies are already improving key areas such as production efficiency, quality control, logistics and retail forecasting. Industry experts interviewed for the report highlight the rapid adoption of AI-based quality assessment, predictive crop modelling and logistics optimisation. They also see strong future potential in fully autonomous harvesting, non-destructive quality evaluation and intelligent cold chain management. Together, these advances will redefine efficiency, resilience and sustainability in global fruit trade.



La agricultura intensiva bajo plástico constituye la mayor fuente de riqueza y es el pilar de la economía de Vúcar. Son más de 1.878 Ha. invernadas en el municipio que producen una variada gama de productos hortícolas. En Vúcar continuamos mejorando y modernizando nuestro campo, para lograr una óptima calidad de nuestros productos al gusto del consumidor final.

en agricultura

**En Vúcar la Agricultura es de todos.
En Vúcar la agricultura es tuya.**

Vúcar
es mucho



Ayuntamiento de Vúcar
Corazón del Poniente

02.

Seis etapas que recorrer para conocer el futuro hortofrutícola

Autor:
Juan Sánchez. Almería

En esta edición de Fruit Logistica los foros y escenarios especializados vuelven a centrarse en los temas clave que marcan el camino de la industria agrícola



La Messe Berlin 2026 vuelve a ser el epicentro de la industria internacional de frutas frescas y las hortalizas. En esta nueva edición, Fruit Logistica se complementa con un amplio programa de actividades paralelas a lo que es la muestra en sí con alrededor de 200 ponentes del ámbito económico, científico y práctico, que se traduce simultáneamente al alemán, inglés, español, francés e italiano.

En concreto, seis foros especializados sirven como plataforma de conocimiento, espacio de debate y barómetro de tendencias, abordando temas actuales que van desde la producción sostenible y las tecnologías inteligentes hasta cuestiones de comercio y logística globales.

La primera de las etapas, la de 'Perspectivas', pretende dar respuesta a preguntas como: ¿Cómo evoluciona el comercio internacional de frutas y verduras? ¿Qué tendencias de consumo y comercio definirán este nuevo año? El Escenario de Perspectivas, en el pabellón 21, ofrece las respuestas. Analistas del sector, investigadores de mercado y representantes destacados presentarán los últimos estudios, datos exclusivos del mercado y evaluaciones bien fundamentadas. El enfoque se centrará en temas como el cambio

en el comportamiento del consumidor, la creciente presión de los precios, la resiliencia de las cadenas de suministro y los acontecimientos geopolíticos que impactan el comercio global.

La segunda de las etapas, la de 'Avance Agrícola', es la protagonista del escenario 'Farming Forward', en el pabellón 3.1, donde se evidenciará cómo las innovaciones científicas, tecnológicas y empresariales están transformando la agricultura. Startups y empresas consolidadas presentarán primero sus soluciones digitales y tecnologías agrícolas inteligentes, desde sensores hasta robótica. A continuación, la Alianza CEA destacará la Agricultura en Ambiente Controlado como un enfoque para una producción independiente del clima y eficiente en el uso de los recursos. Finalmente, en el Simposio Frutic Science del viernes, investigadores internacionales debatirán sobre sistemas de producción eficientes, digitalización y sostenibilidad.

La tercera de las etapas, la de 'Productos Frescos', acapará la atención en el pabellón 23. Se centrará en los mercados, las personas y las nuevas oportunidades a lo largo de toda la cadena de valor. Expertos en producción, comercio,

marketing e investigación debatirán conceptos de venta innovadores, soluciones de envasado sostenibles y el potencial del mercado internacional. Los paneles prácticos aportarán información concreta a productores, minoristas y proveedores de servicios.

La cuarta de las etapas, la de 'Future Lab', en el pabellón 6.1, será la plataforma para ideas innovadoras y avances tecnológicos. Startups, investigadores y expertos del sector compartirán su visión de proyectos piloto, soluciones de automatización y aplicaciones basadas en la Inteligencia Artificial (IA). Los debates se centrarán en conceptos que ya están allanando el camino para un comercio de frutas más eficiente, sostenible y digitalmente interconectado.

La quinta etapa, la de 'Centro Logístico', vendrá, en el pabellón 26, a responder de forma práctica a la pregunta ¿cómo transportar productos frescos de forma segura, rápida y sostenible? Expertos en transporte, tecnología de refrigeración y gestión de la cadena de suministro presentarán las mejores prácticas e innovaciones a lo largo de la cadena de suministro. Temas como la optimización de la cadena de frío, las soluciones de transporte intermodal y la logística portuaria moderna serán el foco, siempre con la vista puesta en la calidad, la rapidez y la sostenibilidad.

La última de las etapas programadas en la senda que conducirá a conocer el futuro del sector hortofrutícola será la de 'Podcast Studio'. Tras su exitoso estreno en 2025, el estudio de podcast regresa a Fruit Logística 2026. En el pabellón 11.2, los visitantes profesionales podrán unirse en directo a los moderadores para debatir con expertos sobre temas de actualidad, innovaciones y perspectivas personales del sector. Se producirán y publicarán un total de diez episodios mensualmente a lo largo del año en las principales plataformas de streaming.

Como advierten desde la dirección de Messe Berlín, con su variado programa de foros y escenarios, Fruit Lo-



gística 2026 consolida su posición como plataforma global de conocimiento para la industria de productos frescos. El programa combina información, inspiración e innovación, y está dirigido a todos aquellos que desean contribuir activamente al futuro de la industria. El resumen completo del programa ya está disponible en línea.



**Producción propia
durante todo el año**

Tel. (+34) 950 52 90 43
Email: info@cuadraspania.com
www.cuadraspania.com

O'Délíce

CUADRAS PANIA





Six stages to explore the future of fruit and vegetable production

At this edition of Fruit Logistica, specialist forums and stages once again focus on the key issues shaping the future of the agricultural industry

Messe Berlin is once more the epicentre of the international fresh fruit and vegetable industry. In this new edition, Fruit Logistica 2026 is complemented by a wide-ranging programme of activities alongside the exhibition itself, featuring around 200 speakers from economic, scientific and practical backgrounds. Sessions are simultaneously interpreted into German, English, Spanish, French and Italian.

In total, six specialist forums serve as knowledge platforms, spaces for debate and trend barometers, tackling current topics ranging from sustainable production and smart technologies to global trade and logistics.

The first stage, Perspectives, aims to answer questions such as: how is international fruit and vegetable trade evolving? Which consumption and trade trends will define the year ahead? The Perspectives Stage, located in Hall 21, provides the answers. Industry analysts, market researchers and leading representatives will present the latest studies, exclusive market data and well-grounded assessments. The focus will be on issues including changing consumer behaviour, rising price pressures, supply chain resilience and geopolitical developments affecting global trade.

Elsewhere, in Hall 3.1, Farming Forward takes centre stage, showcasing how scientific, technological and business innovations are transforming agriculture. Startups and established companies will first present their digital solutions and smart farming technologies, from sensors to robotics. The CEA Alliance will then highlight Controlled Environ-

ment Agriculture as an approach to climate-independent production and efficient resource use. Finally, at the Friday Fruit Science Symposium, international researchers will discuss efficient production systems, digitalisation and sustainability.

Meanwhile, the third stage, Fresh Produce, will draw attention in Hall 23. It will focus on markets, people and new opportunities across the entire value chain. Experts in production, trade, marketing and research will discuss innovative sales concepts, sustainable packaging solutions and the potential of international markets. Practical panels will provide concrete insights for producers, retailers and service providers.

Hall 6.1 is the location for the fourth stage, Future Lab, which will serve as a platform for innovative ideas and technological advances. Startups, researchers and industry experts will share their vision through pilot projects, automation solutions and applications based on artificial intelligence (AI). Discussions will centre on concepts that are already paving the way for a fruit trade that is more efficient, more sustainable and digitally interconnected.

The Logistics Hub in Hall 26 is the fifth stage and will provide practical answers to the question: how can fresh produce be transported safely, quickly and sustainably? Experts in transport, refrigeration technology and supply chain management will present best practices and innovations across the supply chain. Topics such as cold chain





optimisation, intermodal transport solutions and modern port logistics will be in focus, always with an emphasis on quality, speed and sustainability.

The last stage on the route towards understanding the future of the fruit and vegetable sector will be the Podcast Studio. Following its successful debut in 2025, the podcast studio returns for Fruit Logistica 2026. In Hall 11.2, professional visitors will be able to join live moderators to discuss current topics, innovations and personal industry perspectives with experts. A total of 10 episodes will be produced

and published monthly throughout the year on the main streaming platforms.

As Messe Berlin's organisers point out, with its varied programme of forums and stages, Fruit Logistica 2026 is consolidating its position as a global knowledge platform for the fresh produce industry. The programme combines information, inspiration and innovation and is aimed at everyone who wants to actively contribute to the future of the sector. The full programme summary is already available online.

50 ANIVERSARIO 1975 - 2025
Anecoop

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

NO ES SÓLO UN LOGO, SON GRANDES LOGROS

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

PRODUCTO COOPERATIVO **SABOR AUTÉNTICO DEL CAMPO**

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



Autor:
Juan Sánchez. Almería

Silvia de Juanes «La inteligencia artificial y la automatización están ya muy presentes en Fruit Logística»

La directora de Comunicación de Fruit Logística para España y Latinoamérica disecciona los ejes principales por los que va a discurrir la muestra de la que aporta unas cifras de vértigo en cuanto a presencia de empresas y visitantes profesionales, lo que redundará en un elevado volumen de negocio.

Directora de Comunicación de Fruit Logistica para España y Latinoamérica

P.- El Informe de Tendencias Fruit Logistica 2026 revela, entre otras cosas, cómo la inteligencia artificial (IA) y la automatización transformarán radicalmente las cadenas de suministro mundiales de frutas y hortalizas. ¿Cómo se van a abordar estos asuntos en la feria?

R.- Estos temas no se van a tratar solo desde la teoría, sino, sobre todo, desde la práctica. La inteligencia artificial y la automatización están ya muy presentes en la feria, en soluciones reales que las empresas están utilizando hoy en día. Se hablará de IA aplicada a la predicción de cosechas, al control de calidad, a la logística o a la gestión de la cadena de frío, y se podrá ver todo esto en directo en los pabellones y en los foros. En definitiva, Fruit Logistica es el lugar donde entiendes cómo estas tecnologías pasan del concepto al negocio real, no como algo abstracto, sino como herramientas que ya están cambiando el día a día del sector.

P.- El programa de actividades paralelas de la muestra se divide en seis etapas que se encaminan hacia desvelar el futuro del sector de las frutas y hortalizas. ¿Qué nos puede decir de estas etapas?

R.- Las seis etapas son, en realidad, el corazón de Fruit Logistica como plataforma de conocimiento. Cada una tiene su enfoque, pero todas están muy conectadas con los re-

tos del sector. En el Insights Stage se ponen sobre la mesa datos, mercados y tendencias; en Farming Forward se habla de innovación desde el campo; el Logistics Hub aborda todo lo relacionado con transporte y cadena de suministro; el Future Lab mira al medio y largo plazo; el Fresh Produce Forum se centra en mercado y producto; y el Podcast Studio da voz al sector de una forma más directa y cercana. Son formatos ágiles, muy prácticos, pensados para llevarse ideas claras y, sobre todo, realistas, y en ellos intentamos dar respuesta a los temas que más preocupan al sector ahora mismo.

P.- Mención especial merecen las startups y las empresas más noveles. ¿De qué forma se les va a dar soporte en la muestra?

R.- Las startups tienen un espacio propio muy claro: Startup World, en el pabellón 3.1. No es solo un área expositiva, es un punto de encuentro real con productores, inversores, retailers y empresas consolidadas. Como esta son aha despertado tanto interés hemos casi duplicado el espacio para dar cabida a más talento, que no deja de crecer. Este año participan 18 startups de 11 países y, además, tienen la oportunidad de presentar sus soluciones en el Farming Forward Stage en sesiones cortas y muy directas. Ahí es donde muchas colaboraciones empiezan de verdad, con



NÍJAR NATURALMENTE

Berlin 4|5|6 Feb 2026

LET'S GROW!

Innovation. Interaction. Inspiration.

**FRUIT
LOGISTICA**

conversaciones muy concretas y, a veces, casi improvisadas en el mejor sentido.

P.- ¿Qué espacio va a ocupar la muestra este año y con cuántos expositores?

R.- Fruit Logistica volverá a ocupar 26 pabellones completos del recinto de Messe Berlin. Esperamos más de 2.500 expositores procedentes de alrededor de 90 países. Es una cifra muy estable y sólida que demuestra que la feria es el gran punto de encuentro del sector a nivel mundial.

P.- ¿Cómo ha evolucionado el perfil del expositor en la feria y cuál es el actual?

R.- El expositor ha cambiado mucho. Antes venía sobre todo a mostrar producto; hoy viene a mostrar soluciones. Hay más tecnología, más innovación, más enfoque en eficiencia, sostenibilidad y datos. Siguen estando muy presentes los productores y comercializadores, pero cada vez vemos más empresas tecnológicas, startups, logística avanzada y servicios especializados. El perfil es mucho más transversal y estratégico.

P.- España edición tras edición es uno de los principales países participantes, ¿qué se espera de las empresas españolas que asisten?

R.- España juega un papel clave y se nota en todos los pabellones. Se espera, como siempre, una presencia muy profesional, con empresas que conocen bien el mercado internacional y saben aprovechar la feria para hacer negocio, presentar novedades y reforzar relaciones. España está presente en toda la cadena de valor, siendo el tercer país en número de expositores y eso se refleja claramente en Berlín.

P.- Con relación al espacio físico, ¿cómo va a ser la presencia de Andalucía en la Feria?

R.- Andalucía tendrá una presencia muy visible, tanto a través de su stand agrupado bajo el paraguas de Andalucía TRADE como de empresas individuales. Es una región que lleva décadas apostando por Fruit Logistica y eso da continuidad y afianza la imagen. Cuando paseas por la feria, la presencia andaluza se percibe, no solo por el tamaño del espacio, sino por la constancia con la que las empresas acuden año tras año.

P.- ¿Qué protagonista va a tener el sector de las frutas y hortalizas almeriense?

R.- Almería entendió hace más de 25 años que estar en Fruit Logistica era clave para crecer, innovar y abrir mercados. Hoy Almería está presente con productores, comercializadores, empresas tecnológicas y logísticas. Es un ejemplo de cómo una región puede evolucionar junto a la feria. No hay que olvidar que la mayoría de producción almeriense se exporta a Alemania, por lo que su presencia en la feria es

prácticamente imprescindible y forma parte de su calendario natural.

P.- Y en cuanto a cifra de visitantes, ¿qué volumen esperan alcanzar?

R.- Esperamos un volumen muy alto de visitantes profesionales, en línea con ediciones anteriores, con presencia de compradores y decisores de más de 150 países. Lo importante no es solo el número, sino la calidad del visitante, y es algo con lo que contamos en Berlín y que las empresas reflejan cada año en las encuestas.

P.- ¿Qué aporta Fruit Logistica al visitante profesional?

R.- Aporta visión global, contactos de alto nivel y mucho conocimiento concentrado en solo tres días. El visitante puede ver tendencias, hablar con socios actuales, encontrar nuevos proveedores o clientes y llevarse ideas muy concretas para aplicar en su negocio. Es una feria muy intensa, pero muy rentable en tiempo y resultados; muchos nos dicen que esos tres días les marcan el año.

P.- Sobre el volumen de negocio, ¿barajan alguna estimación de lo que se puede alcanzar este año?

R.- No es fácil poner cifras, porque muchas operaciones se cierran semanas o meses después. Pero sí sabemos que genera un impacto económico muy importante, porque aquí se inician acuerdos comerciales, proyectos tecnológicos y colaboraciones que luego se desarrollan a lo largo del año. Es claramente un motor de negocio para el sector.

P.- Si tuviera que convencer a una empresa a que participara, ¿cuál sería el argumento principal de su discurso?

R.- Le diría que, si quiere jugar en el mercado internacional, tiene que estar donde se toman las decisiones. Y ese lugar, en febrero, es Berlín. Fruit Logistica te permite concentrar en tres días lo que, de otro modo, te llevaría meses de viajes y reuniones, con todo lo que eso supone en costes y en tiempo fuera de la empresa.

P.- A nivel global se celebran muchas ferias de frutas y hortalizas. ¿Qué distingue a Fruit Logistica del resto que la haga una parada obligada para las principales empresas del mundo?

R.- Fruit Logistica es única porque cubre toda la cadena de valor, desde el campo hasta el consumidor, y porque combina negocio, innovación y conocimiento en un solo lugar. No es solo una feria comercial, es un punto de referencia para entender hacia dónde va el sector. Por eso, año tras año, las grandes empresas vuelven y nuevas compañías deciden sumarse; nadie quiere quedarse fuera de la conversación que se genera en Berlín.

Motril en

FRUIT LOGÍSTICA

4 | 5 | 6 Febrero 2026
Berlín



MOTRIL
enamora



Silvia de Juanes “Artificial intelligence and automation already play a central role at Fruit Logística”

The Director of Communications for Fruit Logística in Spain and Latin America breaks down the main themes that will shape the fair, sharing eye-catching figures on the number of companies and professional visitors attending, which are expected to translate into a high volume of business.

Q. The Fruit Logística Trends Report 2026 reveals, among other things, how artificial intelligence and automation will radically transform global fruit and vegetable supply chains. How will these issues be addressed at the fair?

A. These topics won't be approached only from a theoretical point of view but, above all, from a practical one. Artificial intelligence and automation already play a central role at the fair, through real solutions that companies are using today. There will be discussion of AI applied to crop forecasting, quality control, logistics and cold chain management, and all of this can be seen live in the halls and at the forums. In short, Fruit Logística is the place to understand how these technologies move from concept to real business, not as something abstract but as tools already changing the sector's day-to-day reality.

Q. The programme of parallel activities at the fair is divided into six stages designed to reveal the future of the fruit and vegetable sector. What can you tell us about these stages?

A. The six stages are really the heart of Fruit Logística as a knowledge platform. Each has its own focus, but they're all closely linked to the challenges facing the sector. The Insights stage puts data, markets and trends on the table; Farming Forward looks at innovation from the field; the Logistics Hub addresses everything related to transport and the supply chain; the Future Lab focuses on the medium and long term; the Fresh Produce Forum centres on markets and products; and the Podcast Studio gives the sector a more direct and approachable voice. They're agile and highly practical formats, designed to leave visitors with clear and, above all, realistic ideas. Our aim is to respond to the most pressing issues facing the sector right now.

Q. Startups and newer companies deserve a special mention. How will they be supported at the fair?

A. Startups have a clearly defined space of their own: Startup World, in Hall 3.1. It's not just an exhibition area, it's a genuine meeting point for producers, investors, retailers and established companies. Because this area has generated so much interest, we've almost doubled its size to make room for even more talent, which continues to grow. This year, 18 startups from 11 countries are taking part, and they also have the chance to present their solutions at the Farm-

ing Forward Stage in short, very focused sessions. That's where many collaborations really begin, through very concrete conversations that are sometimes almost improvised, in the best possible sense.

Q. How much space will the fair take up this year, and how many exhibitors will there be?

A. Fruit Logística will once again occupy 26 full halls at the Messe Berlin venue. We're expecting more than 2,500 exhibitors from around 90 countries. That's a very stable and solid figure, and it shows that the fair remains the sector's main global meeting point.

Q. How has the exhibitor profile at the fair evolved, and what is it like now?

A. The exhibitor profile has changed a great deal. In the past, companies mainly came to showcase products. Today, they come to showcase solutions. There's more technology, more innovation and a stronger focus on efficiency, sustainability and data. Producers and marketers are still very much present, but we're seeing more and more technology companies, startups, advanced logistics providers and specialised service firms. The profile is now far more cross-cutting and strategic.

Q. Spain is one of the leading participating countries year after year. What's expected of the Spanish companies attending?

A. Spain plays a key role, and that's clear across all the halls. As always, we expect a very professional presence, with companies that know the international market well and understand how to use the fair to do business, present new developments and strengthen relationships. Spain is represented across the entire value chain and ranks third among countries in terms of the number of exhibitors, a fact that's very evident in Berlin.

Q. In terms of physical space, what will Andalucía's presence at the fair be like?

A. Andalucía will have a very visible presence, both through its grouped stand under the Andalucía TRADE umbrella and through individual companies. It's a region that's been backing Fruit Logística for decades, and that continuity helps to strengthen its image. When you walk around the fair, the Andalusian presence is unmistakable, not only because of the size of the space but also because of the consistency with which companies attend year after year.

Silvia de Juanes, Director of Communications for Fruit Logistica in Spain and Latin America

Q. What role will the fruit and vegetable sector from Almeria play?

A. Almeria realised more than 25 years ago that being at Fruit Logistica was essential for growth, innovation and opening up new markets. Today, Almeria is represented by producers, marketers and technology and logistics companies. It's a clear example of how a region can evolve alongside the fair. We shouldn't forget that most produce from Almeria is exported to Germany, so its presence at the fair is practically essential and forms a natural part of its annual calendar.

Q. And in terms of visitor numbers, what volume are you expecting?

A. We're expecting a very high volume of professional visitors, in line with previous editions, with buyers and decision-makers from more than 150 countries. What matters isn't just the number, but the quality of the visitor. That's something we consistently achieve in Berlin, and it's reflected year after year in exhibitors' feedback.

Q. What does Fruit Logistica offer the professional visitor?

A. It offers a global perspective, high-level contacts and a huge amount of knowledge concentrated into just three days. Visitors can spot trends, talk to existing partners, find new suppliers or clients and take away very specific ideas to apply to their businesses. It's an intense fair, but extremely efficient in terms of time and results. Many people tell us that those three days shape their entire year.

Q. In terms of business volume, do you have any estimate of what could be achieved this year?

A. It's not easy to put a figure on it, because many deals are closed weeks or even months later. What we do know is that it generates a very significant economic impact, because this is where commercial agreements, technology projects and collaborations begin and then develop over the course of the year. It's clearly a business engine for the sector.

Q. If you had to persuade a company to take part, what would be the main argument in your pitch?

A. I'd tell them that if they want to compete in the international market, they need to be where decisions are made. And that place, in February, is Berlin. Fruit Logistica lets you condense into three days what would otherwise take months of travel and meetings, with all the associated costs and time away from the business.

Q. There are many fruit and vegetable trade fairs held around the world. What sets Fruit Logistica apart and makes it a must-attend event for the leading companies?

A. Fruit Logistica is unique because it covers the entire value chain, from the field to the consumer, and because it brings together business, innovation and knowledge in one place. It's not just a trade fair, it's a reference point for understanding where the sector is heading. That's why, year after year, major companies return and new ones decide to join. No one wants to be left out of the conversation that takes place in Berlin.



04.

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Mercosur, Marruecos, Parvispinus y costes, los retos que complican la rentabilidad

El sector hortofrutiícola almeriense y granadino recela de la falta tranquilidad en la campaña y de que siempre ha de estar campeando temporales

Cuando el sector hortofrutiícola acaba de cruzar el ecuador de la campaña ve que se le acumulan los frentes abiertos que ponen en riesgo el cierre en positivo de la misma. Si el anterior ejercicio que finalizó con beneficios, pero que vino a poner de manifiesto que fue de consolidación, puesto que las cifras eran similares a las alcanzadas en el 2022-2023, el actual constata que hay más trabas que superar para que la rentabilidad se siga manteniendo. Entre otras cosas, productores y comercializadoras hacen malabares para capear de forma positiva el temporal en el que se hayan sumidos por culpa de los costes fijos, que no dejan de crecer desde la pandemia y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, y que vienen motivados por la aplicación de directrices europeas; el acuerdo 'in extremis' alcanzado por la UE y Marruecos, que redundará en una mayor competencia con menores exigencias para los exportadores alauitas; el nuevo trato entre la Comisión Europea y Mercosur, que permitirá introducir en los mercados del viejo continente productos cultivados con fitosanitarios no permitidos en Europa y con

unas normas de calidad menos exigentes que las fijadas a los productores europeos; y la extensión de las plagas, principalmente *Thrips parvispinus*, que afecta a la totalidad de los cultivos de pimiento y que ya ha obligado a arrancar un 3% de las plantaciones; y la araña roja.

Con este panorama, el sector almeriense y granadino de cultivo bajo plástico ve con incertidumbre que la campaña se pueda cerrar de forma positiva. Lo más importante es que se llegue a su ocaso certificando beneficios para todas las partes y consolidando la rentabilidad, si no es posible incrementarla, de la base: los productores.

En cifras, en la presente campaña se baraja que el cultivo de pimiento se vea reducido en un 2,5%, con una bajada aproximada de 300 hectáreas con respecto a la anterior hasta situarse en 12.400 hectáreas por temor al ataque de *parvispinus*.

Precisamente por esta bajada en la superficie de pimiento, el cultivo del pepino se espera que aumente la superficie 150 hectáreas hasta las 6.800, es decir, un 2,2% más; mien-



tras que para el calabacín también se prevén incremento de 1,9% con unas 150 hectáreas de superficie, hasta las 7.750 hectáreas.

En cuanto a la berenjena, se sitúa como otro de los cultivos refugio para los productores de cara a esta temporada, dado que se espera una estabilidad en esa superficie, si acaso, con una pequeña subida de 50 hectáreas hasta las 2.600 hectáreas, es decir, de un 1,9%.

Por otra parte, con respecto al cultivo de tomate, se espera una estabilidad en la superficie que, en el peor de los casos, conllevaría una pequeña bajada del 1,8%, con 150 hectáreas menos hasta las 8.050 hectáreas.

Unas previsiones que se verán alteradas como consecuencia de la virulencia de parvispinus, que está haciendo que los agricultores que se ven abocados a arrancar sus plantaciones se decanten por buscar abrigo en la sandía.

Precisamente, el hecho de que este trips esté haciendo estragos en los cultivos, dado que afecta a la totalidad de ellos con mayor o menor presencia, es lo que llevó a los téc-

que va un poco manchado, pero que es bueno, de máxima calidad alimentaria. Lo único que va manchado de manera natural, como consecuencia de un proceso biológico», desveló recientemente el gerente de Coexphal, Luis Miguel Fernández.

Junto a ello su presidente, advirtió de que «queremos mirar juntos hacia los retos que nos esperan el próximo año, que exigen determinación y unidad. La lucha contra parvispinus será uno de los grandes desafíos técnicos y, en paralelo, debemos seguir avanzando en el tema de un paro biológico, consolidando estrategias que refuercen la producción sostenible y competitiva. También afrontamos la competencia creciente del tomate de Marruecos, que nos obliga a redoblar esfuerzos de innovación, calidad y diferenciación». De lo que se trata es de hacer una defensa «con claridad y firmeza» sobre el origen europeo de nuestros productos frente a terceros países. «Queremos garantizar que el consumidor reconozca y valore la excelencia que nace en nuestros invernaderos».



nicos de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (Coexphal) a plantear un paro biológico para frenar su propagación y proliferación. Una propuesta pionera, que desde la Junta de Andalucía se indicó que su desarrollo normativo era viable, pero que como reconoció el propio presidente de Coexphal, Juan Antonio González, cuando se abordó este asunto en el seno de la Interprofesional Hortyfruta «las diferentes asociaciones no es no que quisieran el paro biológico, sino que lo veían complicado», poniendo el acento en las dificultades para desarrollar con éxito el cumplimiento de la medida. Una opinión que se confirmaría «en la última reunión con los técnicos del campo y con la Junta de Andalucía», donde se decidió «no realizarlo esta campaña, pero aplicar ciertas medidas por parte de las empresas y de la Administración».

Tal es la desesperación por la que atraviesan los productores de pimiento por este trips que Coexphal pondrá en marcha este nuevo año una campaña para poner en valor el pimiento afectado por parvispinus. «Se trata de un pimiento

El control biológico deberá imponerse al trips y en ello se trabaja desde el sector en comunión con el Ifapa de la Junta de Andalucía. En solitario la patronal también deberá apagar el incendio del manipulado en la reunión prevista entre empresarios y sindicatos para el 23 de enero de cara a evitar el temido paro general con el que se amenaza. Pero donde sus recursos son más limitados y requieren de una fuerza superior es en los conflictos que plantean la remozada Política Agraria Común (PAC) para 2028 y el incipiente nuevo acuerdo de la Unión Europea con Marruecos. Según Fernández, la propuesta anunciada de la PAC «no nos gusta nada, afecta mucho a nuestra agricultura. Por un lado, nos dice que va a haber una rebaja de aproximadamente el 22% para el presupuesto de agricultura en Europa. Y por otro, propone que haya una bolsa individual para cada país miembro, donde cada uno decide en qué se va a gastar ese dinero». El otro asunto que desvela al sector es el del «etiquetado tramposo» de tomates del Sahara Occidental como originarios de Marruecos.



Mercosur, Morocco, parvispinus and costs: the main challenges complicating profitability

The fruit and vegetable sector in Almería and Granada is uneasy about a campaign marked by constant instability

As the fruit and vegetable sector reaches the midpoint of the season, it faces a growing number of challenges that threaten a positive outcome. The previous campaign ended with profits but largely confirmed a phase of consolidation, with figures similar to those seen in 2022-2023. This season, however, presents more hurdles that must be overcome if profitability is to be sustained.

Among other things, growers and marketing companies are struggling to cope with rising fixed costs, which have continued to increase since the onset of the pandemic and the Russia-Ukraine war. Much of this pressure stems from the application of European guidelines. At the same time, the last-minute agreement between the EU and Morocco has intensified competition while imposing fewer requirements on Moroccan exporters.

Another source of concern is the new deal between the European Commission and Mercosur. This agreement will allow products grown using plant protection products banned in Europe to enter EU markets, under quality standards that are less stringent than those applicable to European producers.

Pest pressure is adding to the strain, too. The spread of Thrips parvispinus, which affects all pepper crops, has already necessitated the removal of 3% of plantings. Red spider mite is also causing damage across several crops.

Against this backdrop, the greenhouse sector in Almería and Granada is uncertain about whether the campaign can close on a positive note. The priority is to reach the end of

the season with profits for all stakeholders and to consolidate profitability, or increase it if possible, starting with the sector's foundation, the growers.

In terms of crop area, pepper cultivation is expected to fall by 2.5% this season. This represents a reduction of approximately 300 hectares relative to the previous campaign, bringing the total to 12,400 hectares, largely due to fears of parvispinus attacks.

As a result of this decline, cucumber is expected to gain ground, with an additional 150 hectares, bringing the total to 6,800 hectares, a 2.2% increase. Courgette is also projected to increase by 1.9%, adding approximately 150 hectares and bringing the total to 7,750 hectares.

Aubergine is emerging as another refuge crop for growers this season. Surface area is expected to remain stable or increase slightly by around 50 hectares to 2,600 hectares, an uptick of 1.9%.

Tomato area, meanwhile, is expected to remain broadly stable. In the worst-case scenario, it could decline by 1.8%, reducing the area by 150 hectares, leaving a total of 8,050 hectares.

These projections could change depending on the severity of parvispinus outbreaks. Farmers forced to uproot affected crops are increasingly opting to switch to watermelon as a safer alternative.

It is precisely because this thrips is wreaking havoc on crops, affecting all of them to a greater or lesser extent, that technicians from the Association of Fruit and Vegetable



Producer Organisations of Almeria, Coexphal, proposed a biological shutdown to curb its spread and proliferation. The proposal was pioneering, and the Andalusian regional government indicated that its regulatory development was viable. However, as Coexphal president Juan Antonio González later acknowledged when the issue was discussed within the Hortyfruta interprofessional body, “it wasn’t that the different associations didn’t want a biological shutdown, but that they saw it as complicated”, highlighting the difficulties of successfully implementing such a measure.

That view was later confirmed “at the last meeting with field technicians and the Andalusian regional government”, where it was decided “not to carry it out this season, but to apply certain measures by companies and the Administration”.

The level of desperation among pepper growers caused by this thrips has led Coexphal to launch a campaign in the new year to promote peppers affected by parvispinus. “It’s a pepper that’s slightly marked, but it’s good and of the highest food quality. The only thing is that it’s naturally blemished as a result of a biological process”, explained Coexphal general manager Luis Miguel Fernández recently.

Alongside this, the association’s president warned that “we want to look together at the challenges that await us next year, which require determination and unity. The fight against parvispinus will be one of the major technical challenges, and at the same time, we must continue to move forward on the issue of a biological shutdown, consolidating strategies that strengthen sustainable and competitive production. We’re also facing growing competition from Moroccan tomatoes, which forces us to double down on innovation, quality and differentiation”.

The aim, he said, is to defend “clearly and firmly” the European origin of products in the face of competition from third countries. “We want to ensure that consumers recognise and value the excellence that comes from our greenhouses”.

Biological control will need to prevail over the thrips, and the sector is working on this in close cooperation with Ifapa, the research body of the Andalusian regional government. At the same time, the employers’ association will have to address tensions in packing facilities at a meeting scheduled between employers and unions for 23 January, in an effort to avert the threatened general strike.



Where the sector’s resources are more limited and greater backing is required is in the challenges posed by the revamped Common Agricultural Policy for 2028 and the emerging new agreement between the European Union and Morocco. According to Fernández, the announced CAP proposal “doesn’t appeal to us at all and seriously affects our agriculture. On the one hand, it says there’ll be a cut of around 22% to the European agriculture budget. On the other, it proposes an individual fund for each member state, with each deciding how to spend that money”.

Another issue keeping the sector awake at night is what it describes as the “misleading labelling” of tomatoes from Western Sahara marketed as Moroccan produce.

Confianza y Calidad

Vertrauen und Qualität

Quality and Reliability



JOSÉ Y PACO S.L.

Ctra. de Guardias Viejas, 247 - 04715 El Ejido, Almería
 Tel.: +34 950 48 91 13 - Fax: +34 950 48 91 19
joseypaco@joseypaco.com - www.joseypaco.com



05.

La revolución de la IA y la automatización alcanza a la horticultura

Autor:
Juan Sánchez. Almería

El Informe de Tendencias 2026 de Fruit Logistica muestra cómo la inteligencia artificial está cambiando las cadenas de suministro globales y acelerando el cambio en toda la industria

En los últimos años si hay una cosa que nos bombardea a diario, y no siempre nos damos cuenta de ello, eso es la inteligencia artificial, que está presente ya en cualquier cosa. La horticultura no iba a quedar aislada de ello, entre otras cosas porque esta herramienta va a ser vital para el avance de cualquier industria, incluida la de las frutas y verduras. Como advierte el Informe de Tendencias 2026 de Fruit Logistica, que lleva por título 'Ctrl+Alt+Actualizar', la IA y la automatización están transformando cada eslabón de la cadena de suministro global de frutas y hortalizas. El citado trabajo de análisis explora cómo las tecnologías emergentes impulsan la eficiencia, la resiliencia y la sostenibilidad en toda la industria de productos frescos. El título mismo sugiere un reinicio sistémico: un sector global de frutas y hortalizas que se reconfigura con la ayuda de la IA para ser más rápido, inteligente y sostenible.

El informe, elaborado por Fruitnet Media International en colaboración con Fruit Logistica, combina los resultados de encuestas exclusivas con casos prácticos de empresas líderes e innovadoras de todo el mundo. «La IA ya no es experimental, sino esencial», afirma Mike Knowles, director general de Fruitnet Europe y autor del informe. «El sector frutícola está experimentando una profunda transformación a medida que las tecnologías se vuelven cada vez más útiles, asequibles e inteligentes. Quienes no se adapten corren el riesgo de quedarse atrás», precisa.

Las aplicaciones de IA ya muestran efectos mensurables en la producción, la logística y el comercio minorista. Los invernaderos inteligentes, los modelos predictivos de cosecha y la robótica autónoma mejoran la consistencia del rendimiento y reducen el desperdicio. En logística y comercio minorista, los análisis basados en IA mejoran la previsión de la demanda, el rendimiento de la cadena de frío y la gestión de la vida útil.

Por ejemplo, la compañía Dole ha implementado herramientas de IA para la previsión, la monitorización de cultivos y el control de calidad con el fin de mejorar la eficiencia y la toma de decisiones basada en datos. «Dondequiera que se generen grandes cantidades de datos, la IA ofrece la oportunidad de optimizar, acelerar y documentar los procesos», afirma Drew Reynolds, director Técnico y de Sostenibilidad. «La lógica sugiere que la previsión de cultivos, y su integración con el envasado, la logística y la distribución, podría tener un potencial revolucionario».

Otra empresa como Clarifresh utiliza IA para automatizar y estandarizar el control de calidad en toda su cadena de suministro, lo que permite a los productores reducir el desperdicio y aumentar la precisión. «El impacto es evidente en dos áreas», explica Elad Mardix, director ejecutivo y cofundador. «La productividad de los inspectores se ha duplicado y el tamaño de las muestras ha aumentado entre un 50 % y un 100 %. Al mismo tiempo, los rechazos y las quejas se han reducido entre un 25 % y un 35 %, gracias a inspecciones más objetivas, estándares de calidad consistentes y un tamaño de muestra más amplio. Estos resultados han sido reportados durante los últimos nueve meses por tres importantes clientes de Norteamérica y Latinoamérica, entre ellos importantes exportadores de cítricos, uvas y frutos rojos».

La firma Agriplace emplea la IA para simplificar el cumplimiento normativo y la transparencia en las cadenas de suministro globales mediante la extracción y estructuración de datos de los documentos de los proveedores. «Utilizamos IA para escanear rápidamente documentos y extraer datos relevantes, reduciendo lo que antes suponía semanas de trabajo manual a tan solo unos minutos», afirma el director ejecutivo, Nico Broersen. «Esta combinación de experiencia humana y automatización no solo permite a las empresas ponerse en marcha más rápidamente, sino que también garantiza que los datos de su cadena de suministro se mantengan estructurados y fiables a largo plazo».

Los líderes del sector encuestados anticipan un rápido progreso en la cosecha autónoma, el análisis de calidad no destructivo y la optimización de la cadena de frío. Un tema recurrente es la necesidad de interoperabilidad de datos: sistemas que puedan conectarse de forma segura y compartir información a lo largo de toda la cadena de suministro. «La agricultura inteligente, la logística inteligente y la co-

mercialización inteligente, en conjunto, crean un sistema alimentario superinteligente», concluye el informe.

Como advierten expertos de la entidad Cajamar, el gran cambio que aporta la tecnología digital es la creciente capacidad para analizar datos de manera inteligente, reconocer patrones y utilizarlos para tomar mejores decisiones y desarrollar capacidades predictivas. En este sentido, y concretamente, la inteligencia artificial (IA) es una poderosa herramienta para hacer frente a la creciente complejidad en la agricultura moderna.

Consideran estos técnicos que la recopilación intensiva de datos allana el camino para que agricultores o ganaderos y demás actores de la cadena agroalimentaria adopten la IA como práctica cotidiana, y los algoritmos permiten analizar grandes cantidades de datos de muchos sensores para descubrir interacciones. Advierten de que el mayor cambio que puede aportar la IA no reside en los robots más llamativos, sino en la capacidad de analizar datos inteligentemente, reconocer patrones triviales y no triviales y usarlos para tomar mejores decisiones y desarrollar capacidades predictivas.

«Esta afirmación es clave: La IA no sustituye al agricultor, sino que amplifica su conocimiento. Un ejemplo es el control de riego de precisión, que combina sensores instalados en las plantas, agentes inteligentes, datos meteorológicos y análisis de mercado, por ejemplo, para ajustar el riego en tiempo real. Estas prácticas reducen el consumo de agua y energía, y optimizan la calidad de la cosecha», precisan.

Los analistas de Cajamar consideran que la IA puede ser un catalizador y que la tecnología debe implantarse gradualmente, porque detectan que muchas explotaciones familiares temen quedar rezagadas frente a grandes productores. Para evitarlo, se requieren políticas públicas que faciliten el acceso a la conectividad, subvenciones para sensores y drones, y programas de alfabetización digital y formación continua para agricultores y ganaderos.

Así, las cooperativas y organizaciones profesionales pueden desempeñar un papel clave agregando datos de sus socios y negociando con proveedores de tecnología para asegurar precios justos y evitar dependencia de plataformas privadas. Además, hay que abordar la brecha digital entre territorios. Sin cobertura de banda ancha, la IA no despegará. La inversión en 5G rural y satélites de órbita baja se vuelve imprescindible.



**Calidad que nace en la tierra.
Confianza que llega a tu mesa.**

EXPORTACIÓN AGROALIMENTARIA

**C/ VALERO RIVERA 8, 3º2
04004 ALMERIA
635 786 039**



The AI and automation revolution reaches horticulture

Fruit Logistica's 2026 Trends Report shows how artificial intelligence is reshaping global supply chains and accelerating change across the industry

In recent years, one thing that's bombarded us daily, perhaps without us knowing, is artificial intelligence. In fact, it's present in almost everything. Horticulture was never going to be isolated from this, not least because this tool will be vital to the progress of any industry, including fruit and vegetables.

As warned by Fruit Logistica's 2026 Trends Report, titled 'Ctrl+Alt+Update', AI and automation are transforming every link in the global fruit and vegetable supply chain. The analysis explores how emerging technologies are driving efficiency, resilience and sustainability across the fresh produce industry. The title itself suggests a systemic reset: a global fruit and vegetable sector reconfigured with AI to become faster, smarter and more sustainable.

The report, produced by Fruitnet Media International in collaboration with Fruit Logistica, combines the results of exclusive surveys with case studies from leading and innovative companies around the world. "AI is no longer experimental, it's essential," says Mike Knowles, managing director of Fruitnet Europe and author of the report. "The fruit sector is undergoing a profound transformation as technologies become increasingly useful, affordable and intelligent. Those who don't adapt risk being left behind," he adds.

AI applications are already showing measurable effects in production, logistics and retail. Smart greenhouses, predictive crop models and autonomous robotics are improving yield consistency and reducing waste. In logistics and retail, AI-driven analytics are also improving demand forecasting, cold-chain performance and shelf-life management.

As an example, Dole has implemented AI tools for forecasting, crop monitoring and quality control to improve efficiency and data-driven decision-making. "Wherever large volumes of data are generated, AI offers the opportunity to optimise, accelerate and document processes," says Drew Reynolds, chief technical and sustainability officer. "Logic suggests that crop forecasting, and its integration with packing, logistics and distribution, could have revolutionary potential."

Another company, Clarifresh, uses AI to automate and standardise quality control across its supply chain, allowing growers to reduce waste and increase accuracy. "The impact is clear in two areas," explains Elad Mardix, chief executive and co-founder. "Inspector productivity has doubled and sample sizes have increased by between 50% and 100%. At the same time, rejections and complaints have fallen by between 25% and 35%, thanks to more objective inspections, consistent quality standards and larger sample sizes. These results have been reported over the past nine months by three major customers in North and Latin America, including leading exporters of citrus, grapes and berries."

Agriplace, meanwhile, uses AI to streamline regulatory compliance and improve transparency across global supply

chains by extracting and structuring data from supplier documents. "We use AI to quickly scan documents and extract relevant data, reducing what used to take weeks of manual work to just a few minutes," says chief executive Nico Broersen. "This combination of human expertise and automation not only enables companies to get up and running faster, but it also ensures their supply chain data remains structured and reliable over the long term."

Industry leaders surveyed expect rapid progress in autonomous harvesting, non-destructive quality analysis and cold chain optimisation. A recurring theme is the need for data interoperability: systems that can connect securely and share information across the entire supply chain. "Smart farming, smart logistics and smart marketing together create a super-smart food system," the report concludes.

As experts from Cajamar explain, the major change brought by digital technology is the growing ability to analyse data intelligently, recognise patterns and use them to make better decisions and develop predictive capabilities. In this specific context, artificial intelligence is a powerful tool for addressing the increasing complexity of modern agriculture.

These specialists believe that intensive data collection enables farmers, livestock producers and other agri-food chain actors to adopt AI as routine practice, while algorithms enable the analysis of large volumes of data from multiple sensors to uncover interactions. They caution, however, that the biggest shift AI can bring does not lie in eye-catching robots, but in the ability to analyse data intelligently, recognise trivial and non-trivial patterns and use them to make better decisions and build predictive capacity.

"This point is key: AI doesn't replace the farmer, it amplifies their knowledge. One example is precision irrigation control, which combines sensors installed on plants, intelligent agents, weather data and market analysis to adjust irrigation in real time. These practices reduce water and energy consumption and optimise crop quality," they explain.

In fact, Cajamar analysts believe AI can act as a catalyst and should be rolled out gradually, as many family farms fear being left behind by large producers. To prevent this, public policies are needed to improve access to connectivity, provide subsidies for sensors and drones, and deliver digital literacy and continuous training programmes for farmers and livestock producers.

In this way, cooperatives and professional organisations can play a key role by aggregating data from their members and negotiating with technology providers to secure fair prices and avoid dependence on private platforms. In addition, the digital divide between regions must be addressed. Without broadband coverage, AI will not take off. Investment in rural 5G and low-Earth-orbit satellites is becoming essential.

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.





Autor:
Juan Sánchez. Almería

La doble apuesta: obtener nuevos recursos hídricos y hacer un uso eficiente del agua

Las administraciones redoblan sus esfuerzos por conseguir líquido elemento para regadíos y por propiciar que no se desperdicie ni una gota, de la que sacar el máximo rendimiento

Las administraciones públicas llevan varios años poniendo su atención en los sistemas de obtención de agua, a tenor de que la política de trasvases genera recelo entre las cuencas cedentes y las beneficiarias. De ahí que se esté apostando desde lo público por la reutilización de aguas y de este modo dar una segunda vida a un líquido tan vital para el futuro de los andaluces.

La Junta de Andalucía lleva destinados 317 millones para la modernización de regadíos, a través del Plan Parra y el Plan Regadía, con el objetivo de garantizar una gestión inteligente y eficiente del agua. Además, recientemente se ha activado una nueva convocatoria de Grupos Operativos de Innovación, dotada con 18 millones de euros, con ayudas de hasta 500.000 euros por proyecto, para seguir desarrollando soluciones reales desde el propio sector.

Estas actuaciones se enmarcan en el Plan Estratégico de Frutas y Hortalizas de Invernadero de Andalucía, elaborado de la mano del propio sector, que establece una hoja de ruta para reforzar la competitividad del principal motor agroalimentario andaluz a través de la innovación, la digitalización, la tecnificación, la eficiencia en el uso del agua y la generación de valor añadido a lo largo de toda la cadena.

Pero estos avances no proceden única y exclusivamente de los distintos gobiernos, sino que las universidades también están aportando su grano de arena con diferentes proyectos que están demostrando su eficiencia. Así, un grupo de investigación del Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba y del Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC) ha desarrollado AquaCrop-IoT, una plataforma que el agricultor puede consultar en cualquier



dispositivo móvil para saber cuánta agua necesita su cultivo a diario, según la evolución de la cosecha. Para ello, combina imágenes sobre el terreno de la plantación, datos meteorológicos y modelos matemáticos para ajustar las necesidades hídricas en tiempo real. Probada en una finca de trigo en la campiña cordobesa, la herramienta redujo en torno a un 32 % el volumen de agua recomendado, sin afectar al rendimiento.

El trabajo 'AquaCrop-IoT: A smart irrigation platform integrating real-time images and weather forecasting', publicado en la revista Computers and Electronics in Agriculture, se basa en el concepto de gemelo digital, una réplica virtual que reproduce el estado real de la parcela y, en base a ello, ayuda a tomar decisiones de riego más eficientes. Es decir, funciona como una copia digital que muestra al agricultor cómo evoluciona el cultivo, cuánta agua consume y qué efectos tendría regar más o menos en los próximos días.

En el ensayo realizado en un cultivo de trigo duro sembrado en enero de 2023 en una explotación privada de Córdoba, durante un año especialmente seco, AquaCrop-IoT corrigió la predicción del modelo, al detectar que la emergencia se había retrasado respecto a lo previsto. Con esa información se ajustó el calendario de riego y redujo el volumen de litros aplicados, sin afectar al desarrollo de la campaña. Así, mientras la simulación de AquaCrop habría recomendado cuatro riegos con un total de 64,8 milímetros, la versión cordobesa propuso tres y 44,1 milímetros, es decir, un ahorro del 32% de agua.

Aunque se probó con trigo, los científicos subrayan que la plataforma podría aplicarse a otros cultivos, especialmente herbáceos, como maíz u hortalizas. Además, con un bajo coste. «Los dispositivos empleados supusieron unos 150 euros por cámara y menos de 200 euros por servidor, lo que facilitaría su instalación en explotaciones medianas», exponen los investigadores.

Por otra parte, investigadores de la Universidad de Almería, pertenecientes al grupo RNM-949: Tecnología, Energía y Medioambiente (TEM) 1, han desarrollado un método innovador y de bajo coste para la detección precisa de fugas de agua en embalses de riego. Este sistema, denominado WLDIP (Water Leak Detection in Irrigation Ponds), tiene como objetivo solventar el problema de las fugas no detectadas, que provocan importantes pérdidas

de agua y un aumento de los costes operativos.

Con el método WLDIP se es capaz de estimar tanto la ubicación (la altura respecto al fondo del embalse) como el tamaño de la fuga de agua. El método se basa en un modelo detallado de balance hídrico, que integra variables como las entradas (recarga del embalse) y salidas (riego) de agua, la evaporación o la expansión térmica tanto del agua como de la estructura del embalse. Para su aplicación, se requieren mediciones continuas del nivel del agua cada 15 minutos en el embalse analizado durante una semana, y sin interrumpir su uso normal para el riego.

Este modelo se ha validado con éxito en tres embalses de riego de la Fundación Finca Experimental UAL Anecoop. La agricultura desempeña un papel fundamental para garantizar el sustento de una población mundial en constante crecimiento, y el riego es indispensable para la agricultura moderna.

Los embalses de riego ofrecen varias ventajas, ayudando a satisfacer las necesidades hídricas de los cultivos durante los periodos de escasez de lluvias. En España, el número de estanques de riego actualmente en funcionamiento es de aproximadamente 50.000. En el sureste, donde se estima un estanque de riego por cada 5 hectáreas de agricultura intensiva, muchos están enterrados y cubiertos con material impermeable. El deterioro a medio o largo plazo de estas capas puede dar lugar a vías de fuga imperceptibles a simple vista, por lo que era necesario poder determinar su existencia. Otro factor crucial es que gran parte del agua utilizada en el sureste es desalada, con un coste energético aproximado de 0.45 euros por metro cúbico. Por tanto, detectar fugas de agua en embalses de riego es un tema con una gran implicación tanto medioambiental como económica para el sector.

Desde el punto de vista medioambiental, particularmente en zonas climáticas semiáridas, las fugas de agua a largo plazo pueden alterar los ecosistemas naturales. Este modelo permitirá detectar si existen posibles fugas en embalses de riego, y una vez detectadas, el conocimiento de la altura y el tamaño facilita su reparación con la mínima interrupción posible. Este método de bajo coste es una gran aportación para reducir las pérdidas de agua en los embalses empleados en la agricultura de regadío, y es aplicable a otros sectores que necesitan almacenar agua.

FRUIT
LOGISTICA

4/5/6 FEB 2026
Hall 18, Stand B-18

VISÍTANOS
VISIT US

Your Fresh
Produce
Provider



 **Nature Choice**

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





A two-fold challenge: securing new water supplies while making every drop count

Public authorities are stepping up efforts both to secure water for irrigation and to ensure not a single drop is wasted, extracting the maximum value from a resource that is increasingly scarce

Given that transfer policies always generate mistrust between donor and recipient river basins, public administrations have been focusing on new ways of sourcing water for several years. As a result, public bodies are now backing water reuse, giving a second life to a resource that is vital to the future of people in Andalucía.

The Junta de Andalucía regional government has allocated 317 million euros to modernising irrigation through the Parra and Regadía Plans, with the aim of ensuring smart, efficient water management. In addition, a new call for Operational Innovation Groups has recently been launched, with a budget of 18 million euros and grants of up to 500,000 euros per project, to continue developing practical solutions within the sector.

These actions align with the Strategic Plan for Greenhouse Fruit and Vegetables in Andalucía, developed in partnership with the sector. It sets out a roadmap to strengthen the competitiveness of Andalucía's main agri-food engine through innovation, digitalisation, technological upgrades, efficient water use and the creation of added value across the entire supply chain.

However, these advances are not coming solely from governments. Universities are also playing their part through a

range of projects that are proving effective. A research group from the Department of Agronomy at the University of Córdoba and the Institute of Sustainable Agriculture (IAS-CSIC) has developed AquaCrop-IoT, a platform that farmers can consult on any mobile device to determine how much water their crop requires each day, based on harvest progress. It combines on-site images of the plantation, weather data and mathematical models to fine-tune water requirements in real time. Tested on a wheat farm in the Córdoba countryside, the tool reduced the recommended water volume by approximately 32% without affecting yields.

The study 'AquaCrop-IoT: A smart irrigation platform integrating real-time images and weather forecasting', published in the journal *Computers and Electronics in Agriculture*, is based on the concept of a digital twin, a virtual replica that mirrors the real condition of a plot and helps inform more efficient irrigation decisions. In practice, it serves as a digital record that shows the farmer how the crop is developing, how much water it consumes and the effects of applying more or less irrigation in the days ahead.

In a trial carried out on a durum wheat crop sown in January 2023 on a private farm in Córdoba, during an especially dry year, AquaCrop-IoT corrected the model's forecast

after detecting that emergence had been delayed compared with expectations. Using that information, the irrigation schedule was adjusted and the volume of water applied was reduced without affecting crop development. While the AquaCrop simulation would have recommended four irrigations totalling 64.8 millimetres, the Cordoba version proposed three irrigations and 44.1 millimetres, representing a 32% water saving.

Although it was tested on wheat, the scientists emphasise that the platform could be applied to other crops, particularly herbaceous ones such as maize and vegetables. It is also low-cost. "The devices used cost around 150 euros per camera and less than 200 per server, which would make installation easier on medium-sized farms," the researchers explain.

Meanwhile, researchers from the University of Almeria, part of the RNM-949 research group Technology, Energy and Environment (TEM), have developed an innovative, low-cost method for accurately detecting water leaks in irrigation reservoirs. The system, known as WLDIP (Water Leak Detection in Irrigation Ponds), is designed to address undetected leaks, which cause significant water loss and higher operating costs.

The WLDIP method enables estimation of both the leak location, measured as its height above the reservoir floor, and its size. It is based on a detailed water-balance model that integrates variables such as water inputs (including reservoir recharge) and outputs (irrigation, evaporation and thermal expansion of both the water and the reservoir structure). To apply the method, continuous water-level meas-

urements are required every 15 minutes over a week without interrupting normal irrigation.

The model has been successfully validated in three irrigation reservoirs at the UAL Anecoop Experimental Farm Foundation. Agriculture plays a fundamental role in sustaining a constantly growing global population, and irrigation is essential for modern farming.

Irrigation reservoirs offer several advantages, helping to meet crop water needs during periods of low rainfall. In Spain, the number of irrigation ponds currently in operation is estimated at around 50,000. In the south-east, where there is an estimated one irrigation pond per five hectares of intensive agriculture, many are buried and lined with impermeable materials. Medium- to long-term deterioration of these layers can create leakage pathways that are invisible to the naked eye, necessitating the ability to detect their presence.

Another crucial factor is that much of the water used in the south-east is desalinated, at an energy cost of around 0.45 euros per cubic metre. Detecting leaks in irrigation reservoirs therefore has major environmental and economic implications for the sector.

From an environmental perspective, particularly in semi-arid climates, long-term water leakage can alter natural ecosystems. This model will enable the detection of leaks in irrigation reservoirs; once identified, their height and size will allow repairs to be carried out with minimal disruption. This low-cost method represents a significant contribution to reducing water losses in reservoirs used for irrigated agriculture and can also be applied in other sectors that require water storage.

agrobío vuela

a la vanguardia
del control biológico





Autor:
Juan Sánchez. Almería

Parvispinus, un quebradero de cabeza en materia de sanidad vegetal

Los técnicos de la Junta de Andalucía certifican que el cien por cien de las fincas de pimiento almerienses están afectadas en diferente proporción por este trips

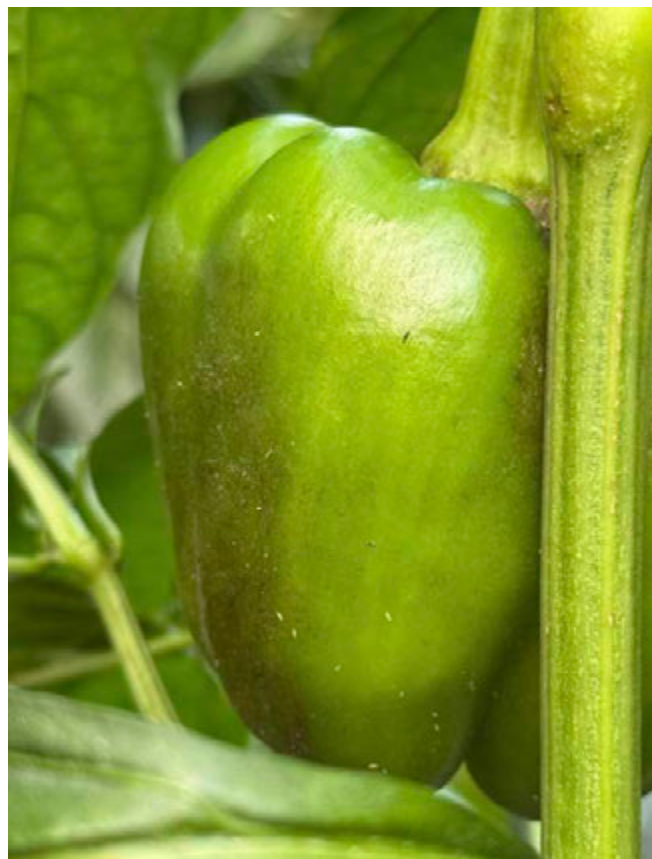


aquellos que peor lo están pasando, Mena precisaba que «tenemos una estimación que está en torno al 3 por ciento de la de esas 12.300 hectáreas». Para mitigar sus efectos en la manera de lo posible, el pasado mes de diciembre la Junta de Andalucía habilitaba una línea de ayudas para aquellos que se hubieran visto en la necesidad de arrancar sus cultivos de hasta 20.000 euros por hectárea hasta un máximo de 50.000 euros por explotación.

Como recordaba Mena, la propiciada por parvispinus es una plaga «que produce un daño estético en el fruto, pero organolépticamente y desde el punto de vista de la seguridad alimentaria no hay ningún problema», aunque «es cierto que estéticamente pues hace que se deprecien en cuanto a calidad los productos». El porcentaje de pimientos que no

La campaña pasada ya dio bastantes problemas, pero la actual está siendo un auténtico quebradero de cabeza tanto para productores como para la industria auxiliar y las administraciones. El Thrips parvispinus, según los técnicos de la Junta de Andalucía, está presente en la totalidad de cultivos de pimiento de la provincia de Almería. Su incidencia depende de las zonas y hay agricultores que pese a su incidencia logran salvar buena parte de la producción, mientras que otros, los menos, se han visto obligados a arrancarla y a decantarse por un cultivo como la sandía para salvar la campaña y hacer que la ruina sea la justa.

Como indicaba recientemente el delegado de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Antonio Mena, «la pasada campaña ya dio sus dolores de cabeza. Está produciendo una incidencia muy importante en los cultivos de pimiento en la provincia. La superficie de cultivo de pimiento es de unas 12.300 hectáreas y consideramos que prácticamente el cien por cien de las explotaciones tienen afectación y la están sobrellevando. Lamentablemente algunas explotaciones no han podido superar esta plaga y han tenido que arrancar los cultivos». Cuestionado por



se puede comercializar como de primera categoría, si normalmente en una campaña está en torno al 5-7%, en ésta los últimos datos que barajaba la Consejería de Agricultura es que ya está en torno al 18-20% de media.

Desde la administración autonómica advierten de que la solución a este conflicto de sanidad vegetal pasa por un conjunto de medidas. Así, a comienzos de campaña, cuando se constató que por culpa de las altas temperaturas la incidencia del trips iba a ser mayor que en ejercicios anteriores, se constituyó una mesa de expertos, de la que salió que la solución pasará por un conjunto de factores. En primer lugar, por hacer un adecuado control biológico, que ha sido uno de los primeros acuerdos a los que hemos llegado a la mesa de expertos, un protocolo unificado de control biológico en los cultivos de pimientos en la provincia de Almería y Granada. Es un trabajo coordinado por el IFAPA.

Ante este panorama, los técnicos de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de la Provincia de Almería (Coexphal) antes de que finalizara el año propusieron la idea de llevar a cabo un paro biológico, que desde el punto de vista agronómico tendría su efectividad y haría retroceder al virus, lo que rebajaría la presión de la plaga, pero que no ha cosechado el visto bueno de los productores. Además, dentro de la mesa de expertos propiciada por la Junta de Andalucía hay técnicos que señalan que si se hace un adecuado control biológico en los cultivos de primavera y verano, que facilita la instalación de insectos auxiliares beneficiosos en esos meses, no sería necesario un paro biológico.

Ante el rechazo de esta iniciativa y la situación por la que atraviesan numerosos agricultores, Coexphal antes de Navidad anunció que llevará a cabo una campaña para potenciar



En segundo lugar, reforzar el control biológico en los cultivos de primavera-verano, donde se está barajando incluso la posibilidad de hacer obligatorio ese control biológico. Otro aspecto fundamental en el que coinciden todos los expertos es cómo se hace el arranque y cómo se trasladan esos deshechos a la planta que gestiona los restos vegetales. Otra acción muy importante es reforzar las medidas de bioseguridad de las explotaciones en mallas, en control de entrada y salida. También se ha activado un protocolo de control biológico en los semilleros, en la primera fase de la planta para evitar que se traslade el virus desde estas instalaciones a las fincas de los distintos productores. Los responsables de Agricultura advierten de que hay que seguir estudiando medidas fitosanitarias, «pero la realidad que tenemos hoy es que no hay un producto fitosanitario efectivo. Ni existe, ni se le espera de momento».

la venta y distribución de pimiento en el que parvispinus haya dejado su huella. Y ello porque el producto tanto organolépticamente como desde la seguridad alimentaria no genera problema alguno, únicamente sus efectos son estéticos y ello permite afianzar el hecho de que estas manchas se producen porque se trata de un producto natural que no ha sido tratado con fitosanitarios no permitidos. Por tanto, lo que pretenden es trasladar al consumidor final el hecho de que el fruto esté afectado avala que es un producto natural. En este sentido, el gerente de Coexphal, Luis Miguel Fernández, precisaba durante el balance de campaña de final de año se va a proponer una campaña que ponga en valor que el pimiento que tiene marcas es «bueno, de máxima calidad y seguridad alimentaria». Y es que, el pimiento cuenta con esas manchas generadas por el trips porque su cultivo se ha llevado a cabo mediante proceso totalmente naturales.



Parvispinus, a plant health headache

Experts from the Andalusian regional government have confirmed that 100% of pepper farms in Almería are affected to varying degrees by this thrips

Last season, it caused plenty of problems, but the current campaign is proving a real headache for growers, the support industry and public authorities alike. Thrips *parvispinus*, according to technicians from the Junta de Andalucía regional government, is present in all pepper crops in the province of Almería. Its impact varies by area, and while some farmers, despite the infestation, are managing to save a large share of their production, others, a smaller number, have been forced to pull up the crop and switch to another, such as watermelon, to salvage the season and limit their losses.

As the regional delegate for Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development, Antonio Mena, recently pointed out, “last season already gave us headaches. It’s having a very significant impact on pepper crops in the province. The pepper-growing area is approximately 12,300 hectares, and we believe nearly 100% of farms are affected and are



addressing the issue. Unfortunately, some farms haven’t been able to overcome this pest and have had to pull up their crops.” Asked about those worst affected, Mena added that “our estimate is around three per cent of those 12,300 hectares”.

To mitigate the effects as far as possible, last December the Andalusian regional government introduced an aid programme for those who had been forced to remove their crops, offering up to 20,000 euros per hectare, with a maximum of 50,000 euros per holding.

As Mena recalled, the pest caused by *parvispinus* “damages the appearance of the fruit, but in organoleptic terms and from a food safety point of view there’s no problem”, although “it’s true that aesthetically it leads to a drop in perceived quality”. The share of peppers that cannot be marketed as first category, which in a normal season is around five to seven per cent, has risen this year, with the latest figures handled by the Ministry of Agriculture putting the average at around 18 to 20 per cent.

The regional administration warns that the solution to this plant health crisis lies in a package of measures. At the start of the season, when it became clear that high temperatures would increase thrips incidence compared with previous years, a panel of experts was established. Its conclusion was that the solution will depend on a combination of factors.

First was proper biological control, which was one of the first agreements reached by the panel, through a unified biological control protocol for pepper crops in the provinces of Almería and Granada. This work is coordinated by IFAPA. Second, was strengthening biological control in spring and summer crops, with the possibility of making such control mandatory under consideration. Another fundamental aspect on which all experts agree is how crops are pulled up and how the waste is transported to the plant that manages vegetable residues. A further key action is to reinforce farm biosecurity measures, including netting and entry and exit controls. A biological control protocol has also been implemented in nurseries at the plant’s earliest stage to prevent the virus from being transferred from these facilities to growers’ farms.

Agriculture officials warn that phytosanitary measures must continue to be studied, “but the reality today is that there’s no effective phytosanitary product. It doesn’t exist, and none is expected for now”.

Against this backdrop, before the end of last year, technicians from the Association of Fruit and Vegetable Producer Organisations of the Province of Almería, Coexphal, proposed a biological shutdown. From an agronomic standpoint, it would be effective and help push the virus back, reducing pest pressure, but it has not won the backing of growers. In addition, within the expert panel convened by the Andalusian regional government, technicians argue that, if proper biological control is applied to spring and summer crops, which helps beneficial auxiliary insects establish during those months, a biological shutdown would not be necessary.

Given the rejection of this initiative and the situation facing many farmers, Coexphal announced before Christmas that it would launch a campaign to promote the sale and distribution of peppers exhibiting *parvispinus* symptoms. This is because the product presents no issues from an organoleptic or food safety perspective. Its effects are purely aesthetic, reinforcing the idea that these marks appear because it is a natural product that has not been treated with unauthorised phytosanitary products. The aim, therefore, is to convey to the end consumer that the fact that the fruit is affected is proof that it’s natural.

In this respect, Coexphal’s managing director, Luis Miguel Fernández, said during the end of year season review that a campaign will be proposed to highlight that peppers with marks are “good, of the highest quality and food safe”. The reason peppers show these thrips marks is that they’ve been grown using entirely natural processes.

Roquetas de Mar

AGRICULTURA *con sello de calidad*



AYUNTAMIENTO DE
ROQUETAS DE MAR

Síguenos en nuestras redes sociales:



@AytoRoquetas



@AytoRoquetas



@roquetasdemar

08.

Autor:
Juan Sánchez. Almería

La intermodalidad del transporte, clave para la competitividad hortofrutícola

Los puertos secos de Níjar y Pulpí y el Corredor Mediterráneo, elementos imprescindibles para que Almería siga liderando la producción europea de frutas y hortalizas



Renovarse o morir sigue siendo una de las máximas del sector hortofrutícola almeriense. Numerosos han sido los avances en los últimos años en materia de agua, en estructuras y cubiertas para invernaderos, en fauna auxiliar para la lucha biológica o en digitalización de las explotaciones. Pero falta dar una nueva vuelta de tuerca a lo que es el sistema de distribución, toda vez que la parte productiva ha sufrido un notable cambio de modelo.

Recientemente la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (Coexphal) y la Mesa del Ferrocarril organizaban la jornada 'El Futuro del Transporte Intermodal de la Provincia de Almería'. El encuentro congregó a representantes institucionales, especialistas en infraestructuras y logística, y agentes del sector

agroalimentario para analizar cómo la intermodalidad puede mejorar la competitividad y sostenibilidad de la provincia.

Durante la apertura institucional, Juan Pérez, gerente adjunto de Coexphal y director del CIT-COEX, y José Carlos Tejada, coordinador de la Mesa del Ferrocarril de Almería, subrayaron la importancia de avanzar hacia una conectividad eficiente que permita reducir costes, optimizar tiempos y garantizar la vertebración territorial. «El transporte intermodal en Almería es hablar de competitividad y mayores oportunidades para las empresas hortofrutícolas», dijo Pérez. Por su parte, Tejada destacó que «incorporar infraestructuras estratégicas como los puertos secos de Níjar y Pulpí, junto con el desarrollo del Corredor Mediterráneo,

será clave para que Almería siga liderando la producción hortofrutícola en Europa».

El diputado de Asistencia a Municipios, Eugenio González, precisó que Almería «necesita conexiones más fuertes y eficientes que multipliquen nuestra capacidad exportadora y garanticen que lo que producimos llegue antes y mejor a cualquier destino». En este sentido, defendió que «el futuro inmediato del transporte intermodal pasa por el Puerto de Almería y por el Puerto Seco de Níjar, una infraestructura llamada a convertirse en la gran plataforma logística del sureste, capaz de agilizar el movimiento de mercancías, reducir tiempos y costes y abrir nuevas rutas hacia mercados internacionales». A su juicio, esta instalación será clave para consolidar una triple conexión estratégica que combine carretera, tren y transporte marítimo en un único nodo logístico provincial.

El sector hortofrutícola almeriense es uno de los motores económicos de la provincia y de Andalucía, pero también uno de los más dependientes de la logística. Según los datos presentados por Coexphal, en la pasada campaña se comercializaron 4.031.049 toneladas de frutas y hortalizas. De este volumen, 2.298.294 toneladas se destinaron a la exportación, alcanzando un valor de 3.464 millones.

Precisamente, en el I Foro del Transporte Almeriense, organizado por Diario IDEAL, empresarios, políticos y sindicalistas se sentaron alrededor de una misma mesa para arrojar luz sobre el futuro de este sector que moviliza millones de toneladas de kilos en productos de diversa índole, si bien, en la provincia de Almería, son los frutos de la horticultura los principales protagonistas del transporte pesado por carretera. Precisamente una mercancía que choca con la intermodalidad al hacer complicada que su transporte se puede llevar a cabo de forma mixta por asfalto y raíles, como coincidieron los expertos asistentes.

Según el Ministerio de Fomento, en la provincia de Almería hay 1.947 empresas de transporte público de mercancías y 3.324 que usan el transporte como complemento. En número de autorizaciones de vehículos pesados Almería es la quinta provincia de España y la primera de Andalucía. El evento contó con una de las voces más autorizadas del país a la hora de abordar asuntos como el transporte y la logística. Juan José Gil, secretario general de Fenadismer, la Federación Nacional de Asociaciones de Transporte de España,

detalló que a nivel nacional operan 105.000 empresas de transporte, de las que 60.000 son de mercancías pesadas, 55.000 de ligeras y las 10.000 restantes, mixtas. Comentó que en España el 96% de las mercancías se trasladan por carretera, el 3% van en barco, el 1% en ferrocarril y un 0,003% en avión, lo que pone en evidencia la importancia del sector del transporte por carretera en el país.

Gil abordó el reto de la decarbonización al que ha de hacer frente el sector. Dijo que el 27% de las emisiones a la atmósfera las genera el transporte en su conjunto y que de ellas el 6% son fruto del transporte pesado. «Para 2050 la Unión Europea pretende alcanzar las cero emisiones y antes de eso para 2030 plantea una reducción del 45% de las mismas», cifras hoy por hoy inalcanzables, según el experto, por las controvertidas políticas europeas para potenciar la electrificación del sector. Y es que en estos momentos sólo el 1% de la flota de camiones es eléctrica, debido a que un camión de estas características cuesta cuatro veces más que uno de combustión, y la lentitud de las recargas, en las que se han de emplear dos horas en cargadores ultrarápidos, cuya presencia es reducida y la mayor parte de ellos no pueden albergar vehículos pesados. «En 2024 en España se matricularon 250 camiones eléctricos», desveló.

También aludió al uso de los biocombustibles, «que no consiguen las cero emisiones a la atmósfera, pero se aproximan» y al combustible sintético, con hidrógeno y carbono, que es compatible con los motores de combustión, pero del que las autoridades europeas recelan, pese a sus beneficios.

Otro de los problemas que acucian al sector es el de la dificultad de contratar conductores profesionales. En estos momentos en España hay 380.000 camioneros, de los que el 75% son asalariados y el 25%, autónomos, y de todos ellos uno de cada cinco es extranjero. «A día de hoy hay 30.000 ofertas de trabajo de camionero sin cubrir y 3.000 de conductor de autobús», por lo que se preguntó que cómo puede haber más de 2,5 millones de parados en España y no se atiende esta demanda. Además, argumentó que «la edad media de los chóferes es de 47 años, y que un 33% tiene más de 55 años, por lo que en una década estarán jubilados». En este sentido, instó a las autoridades a agilizar los trámites de homologación de carnés de conducir de ciudadanos extracomunitarios, los únicos interesados ahora en subirse a la cabina.



BANDAS ROBERO SL
BANDO 2 ROBERO 21

AGRO - ALIMENTARIO
SUPERMERCADOS
PANADERÍAS
SEMILLEROS
GIMNASIOS
EMPRESAS DE PAQUETERÍA ETC...

**SERVICIO RÁPIDO
Y A MEDIDA DEL CLIENTE**

**Bandas transportadoras
para la industria**

Bandas Robero
www.bandasrobero.es

Bandas transportadoras para la industria en general



POL. IND. LA REDONDA
CALLE V. N.º 18 C.P. 04710
SANTA MARIA DEL AGUILA - ALMERÍA

TELF. 950 033 205
ADMINISTRACION@ROBERO.ES
MÓVIL 670311211 - 692667343



Intermodal transport, the key to horticultural competitiveness

The dry ports of Níjar and Pulpí and the Mediterranean Corridor are essential if Almería is to continue leading European fruit and vegetable production

Renew or die remains one of the guiding principles of Almería's horticultural sector. There have been numerous advances in recent years in water management, greenhouse structures and coverings, beneficial insects for biological control and farm digitalisation. However, further progress is needed in the distribution system, particularly given the significant shift in the production side's operating model.

Recently, the Association of Fruit and Vegetable Producer Organisations of Almería (Coexphal) and the Mesa del Ferrocarril railways round table organised a conference called 'The future of intermodal transport in the province of Almería'. The event brought together institutional representatives, infrastructure and logistics specialists and agri-food stakeholders to analyse how intermodality can improve the province's competitiveness and sustainability.

At its opening, Juan Pérez, deputy manager of Coexphal and director of CIT-COEX, and José Carlos Tejada, coordinator of the Almería railways round table, underscored the importance of moving towards efficient connectivity that reduces costs, optimises times and ensures territorial cohesion. "Intermodal transport in Almería means competitiveness and greater opportunities for horticultural companies," said Pérez. Tejada added that "bringing in strategic infrastructure such as the dry ports of Níjar and Pulpí, together with the development of the Mediterranean Corridor, will be key if Almería is to continue leading European fruit and vegetable production."

The provincial councillor for Municipal Support, Eugenio González, said Almería "needs stronger and more efficient connections that multiply our export capacity and ensure that what we produce reaches any destination sooner and in better condition". In this regard, he argued that "the immediate future of intermodal transport lies with the Port of Almería and the Níjar Dry Port, an infrastructure set to become the major logistics platform of the south east, capable of speeding up the movement of goods, reducing times and costs and opening up new routes to international markets". In his view, this facility will be crucial in consolidating a triple strategic connection that combines road, rail and maritime transport within a single provincial logistics hub.

Almería's horticultural sector is one of the main economic engines of both the province and the Andalucía region, but also one of the most logistics-dependent. According to Coexphal data, 4,031,049 tonnes of fruit and vegetables were marketed in the last season. Of this volume, 2,298,294 tonnes were exported, with a value of 3.464 billion euros.

At the first Almería Transport Forum, organised by the Diario IDEAL newspaper, business leaders, politicians and trade union representatives sat around the same table to discuss the future of a sector that moves millions of tonnes of goods. In the province of Almería, horticultural produce accounts for most heavy road transport. This is precisely the

type of cargo that undermines intermodality, as its characteristics make it difficult to integrate road and rail transport, as the forum's experts agreed.

According to the Ministry of Development, there are 1,947 public freight transport companies in the province of Almería and a further 3,324 that use transport as a complementary activity. In terms of heavy vehicle licences, Almería is the fifth province in Spain and the first in Andalucía.

The event featured one of the country's most authoritative voices on transport and logistics. Juan José Gil, secretary general of Fenadismer, the National Federation of Transport Associations of Spain, explained that nationwide there are 105,000 transport companies in operation, of which 60,000 specialise in heavy goods, 55,000 in light transport and the remaining 10,000 operate mixed fleets. He noted that in Spain, 96% of goods are moved by road, three per cent by ship, one per cent by rail and just 0.003% by air, underscoring the importance of the road haulage sector.

Gil addressed the challenge of decarbonisation facing the industry. He said that transport as a whole accounts for 27% of emissions, with heavy transport responsible for 6% of that total. "By 2050, the European Union aims to reach zero emissions, and before that, by 2030, it's targeting a 45% reduction," figures that are currently unattainable, according to the expert, due to controversial European policies promoting electrification across the sector.

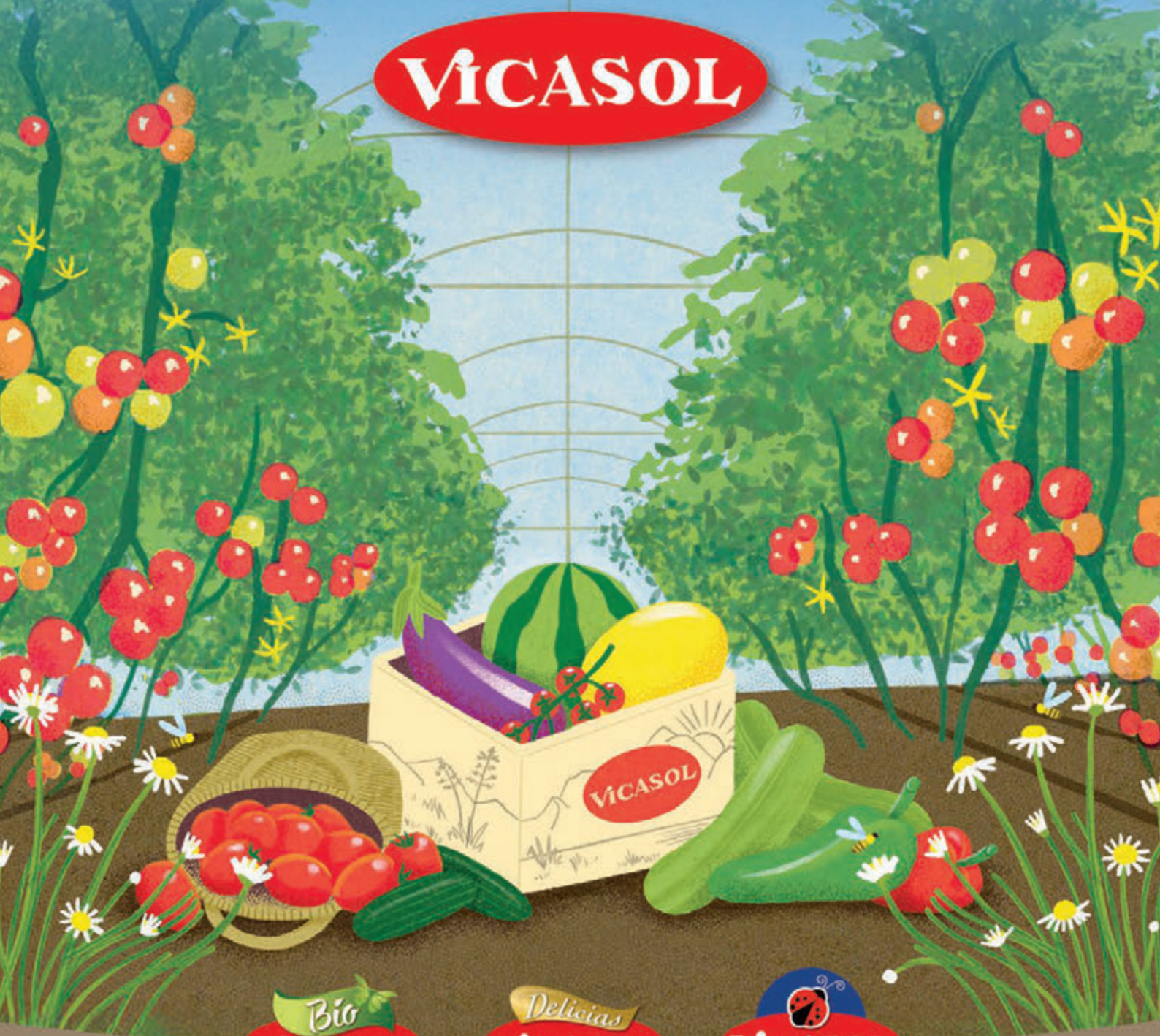
At present, only one per cent of the truck fleet is electric, largely because an electric lorry costs four times as much as a combustion model and because of slow charging times, with two hours required even at ultra-fast chargers. Such facilities are scarce and most cannot accommodate heavy vehicles. "In 2024, 250 electric lorries were registered in Spain," he revealed.

He also referred to the use of biofuels, which "don't achieve zero emissions but come close", and to synthetic fuel made from hydrogen and carbon, which is compatible with combustion engines but viewed with suspicion by European authorities despite its benefits.

Another pressing problem for the sector is the difficulty of recruiting professional drivers. There are currently 380,000 lorry drivers in Spain, 75% of them employees and 25% self-employed, with one in five being foreign nationals. "Right now there are 30,000 unfilled lorry driver vacancies and 3,000 for bus drivers," he said, questioning how Spain can have more than 2.5 million unemployed people while this demand goes unmet. He added that "the average age of drivers is 47 and 33% are over 55, which means they'll be retiring within a decade". In this context, he urged the authorities to expedite the process for recognising driving licences from non-EU countries, the only candidates currently willing to get behind the Wheel.

Cultivamos *salud*,
cosechamos **SABOR**

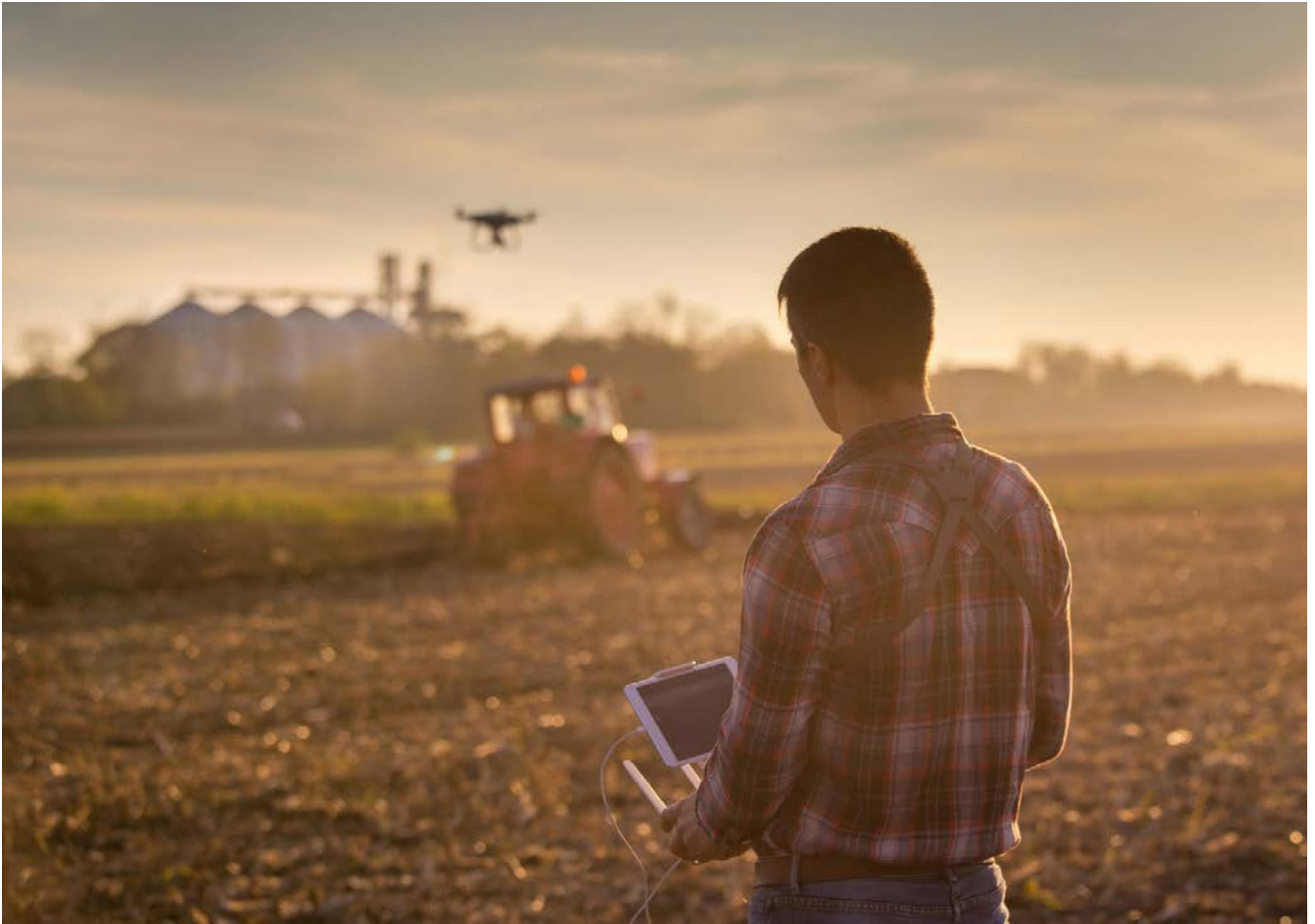
VICASOL



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

www.vicasol.es





09.

La digitalización, la herramienta adaptada al sector hortofrutícola

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Tanto productores como comercializadoras e industria auxiliar están focalizando esfuerzos en el desarrollo del Agrotech o tecnología agrícola

La agricultura intensiva, también la extensiva, está en continua evolución. El sector de las frutas y las verduras se ve inmerso en un proceso de revolución tecnológica para adaptarse a los tiempos y lo está haciendo a una velocidad que impresiona. Se entiende como Agrotech a la aplicación de tecnologías avanzadas para optimizar y mejorar los procesos en la agricultura, la horticultura y la acuicultura. Engloba el uso de herramientas digitales como la robótica, la propia IA, la biotecnología y el Big Data aumentar la eficiencia, la productividad y la sostenibilidad en la producción de alimentos. En esencia, Agrotech busca transformar la agricultura tradicional en un sector más eficiente, productivo y sostenible a través de la innovación tecnológica. Esto implica la digitalización de procesos, la implementación de soluciones inteligentes y el uso de datos para tomar decisiones más informadas.

Hasta hace pocos años las administraciones miraban para otro lado y dejaban sólo al propio sector que, a través de empresas emergentes o startups, muchas de ellas nacidas en las universidades, iban poco a poco generando innovación para el campo. Eran las cooperativas de segundo grado u otro tipo de entidades privadas las que en muchas ocasiones se convertían en mecenas de estos emprendedores. Sin embargo, ha pasado el tiempo y las administraciones están dando al sector un espaldarazo en todo lo que tiene que ver con la digitalización y la modernización.

Recientemente la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural convocaba subvenciones hasta alcanzar los 88 millones de euros dirigidas a las pequeñas y medianas empresas (PYME), así como a las grandes compañías para la realización de inversiones en transformación, comercialización y desarrollo de productos agroalimentarios

en el marco del Plan Estratégico de la Política Agrícola Común de España 2023-2027.

Estas subvenciones tienen como objeto la mejora de la orientación al mercado del sector agroalimentario para adaptarse a nuevos y continuos desafíos ambientales, económicos y sociales, el aumento de su competitividad o la promoción de la investigación, la tecnología, la digitalización, el empleo, la igualdad de género o la inclusión social en el sector.

Además de esto, desde la Junta de Andalucía se advierte de que a través del Andalucía Agrotech European Digital Innovation Hub (EDIH) ha ayudado a más de 800 pymes agroalimentarias a impulsar su transformación digital a través de los 346 servicios digitales que se ofrecen. Por ello, desde la administración se invita al sector andaluz a solicitar estos servicios que están bonificados al cien por cien y de los que ya se han beneficiado más de 18.000 usuarios.

Andalucía Agrotech EDIH está liderado e impulsado por la Consejería de Agricultura y es un ejemplo de cooperación público-privada de la que forman parte un total de 24 entidades promotoras junto a otras siete entidades asociadas, incluyendo representantes del sector del conocimiento, del sector agroalimentario y empresarial, aglutinando el 70 por ciento de los recursos en innovación digital de Andalucía.

Su objetivo principal es acompañar a las empresas y acelerar la transformación digital del sector agroalimentario, aumentando así la competitividad de las empresas, mejorando el empleo y fomentando la innovación. Para ello, ofrece una plataforma física y digital para conectar a todos los agentes involucrados en la agrotecnología.

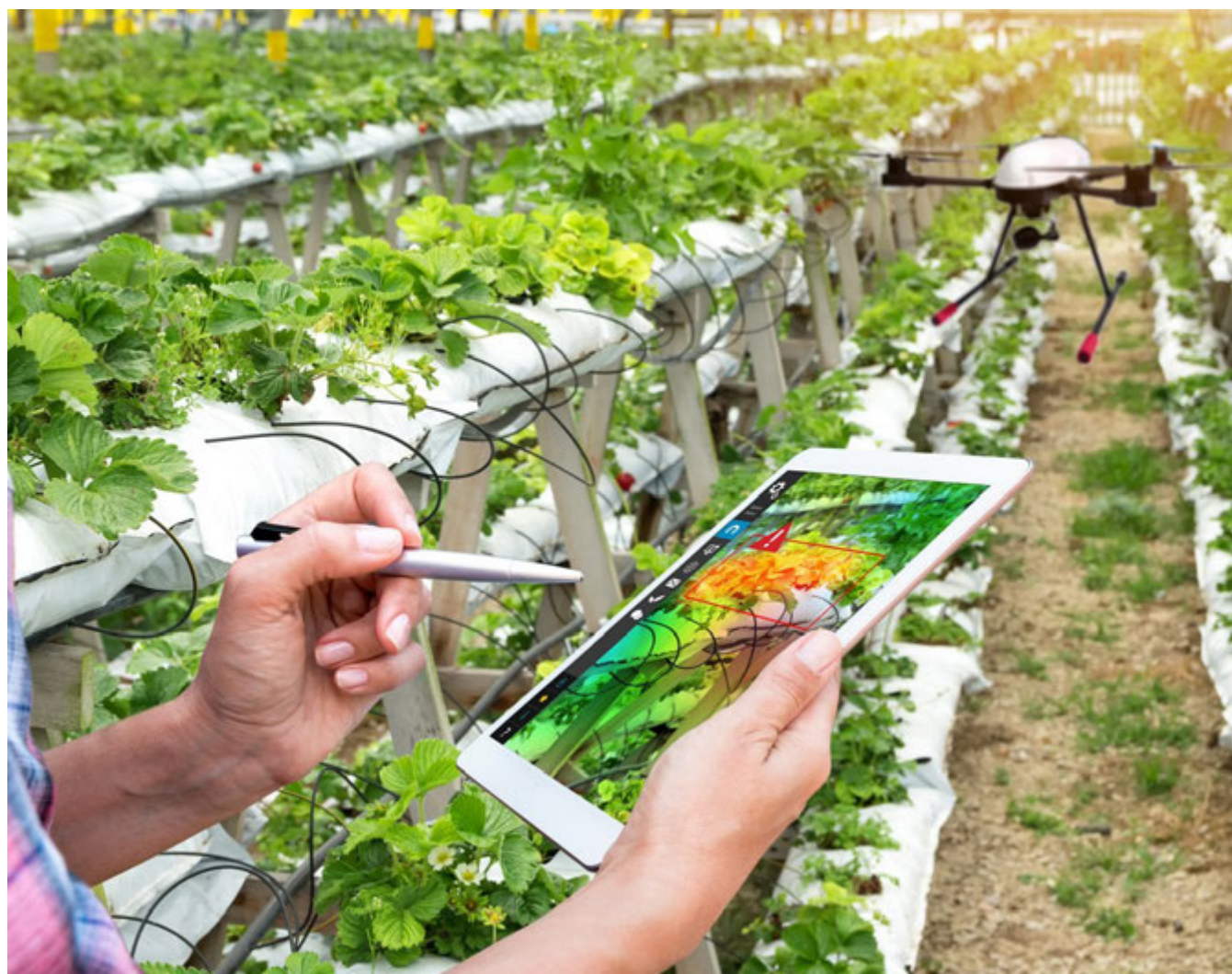
Los servicios ofertados se agrupan en cuatro grandes bloques que consisten en evaluar la viabilidad de una tec-

nología antes de invertir en ella; fomentar la colaboración entre empresas, startups y otros actores del ecosistema; capacitar a los profesionales del sector en las tecnologías digitales; así como facilitar a las empresas el acceso a fondos para financiar sus proyectos de digitalización.

Del mismo modo, la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural participa activamente en el partenariado europeo 'Agricultura de Datos' ('AgData'), que comenzó su andadura en el último trimestre de 2025. Se trata de una iniciativa de cooperación internacional que forma parte del Programa Marco de Investigación e Innovación Horizonte Europa.

La disponibilidad, calidad, interoperabilidad y gobernanza de los datos se presentan como factores esenciales para avanzar en la transformación digital en la que se encuentra actualmente inmersa la agricultura de Europa. Por esta razón, el objetivo de 'AgData' es coordinar a nivel comunitario la inversión, la investigación, la integración de datos y la creación de soluciones digitales avanzadas destinadas a este sector. En concreto, busca aplicar el uso de datos para avanzar en la adaptación climática de la actividad agrícola, la sostenibilidad de la producción del campo, el monitoreo ambiental y la toma de decisiones basadas en evidencias objetivas.

En el ámbito financiero, el presupuesto para los dos primeros años de trabajo de 'AgData' (octubre 2025 - septiembre 2027) asciende a 100 millones de euros. En total, la inversión se eleva hasta los 300 millones de euros para los siete años de duración de esta iniciativa de cooperación europea en la que están integradas organizaciones de más de 20 países como la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, la Agencia Estatal de Investigación, CDTI, Universidad de Málaga y CSIC, entre los socios españoles.





How digitalisation has become a key tool for the fruit and vegetable sector

Producers, marketing companies and auxiliary industry players are focusing their efforts on developing agricultural technology, also known as Agrotech

Both intensive agriculture and extensive farming are continually evolving. The fruit and vegetable sector is undergoing a technological revolution to adapt to changing conditions, and it is doing so at an impressive pace.

Agrotech, the application of advanced technologies to optimise and improve processes in agriculture, horticulture and aquaculture, includes the use of digital tools such as robotics, artificial intelligence, biotechnology and big data to

ties often served as patrons for these entrepreneurs. Over time, however, public authorities have intervened and are now providing the sector with a significant boost across all aspects of digitalisation and modernisation.

Recently, the Andalusian regional ministry of Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development announced grant funding of up to 88 million euros aimed at small and medium-sized enterprises, as well as large companies, to



increase efficiency, productivity and sustainability in food production. In essence, Agrotech seeks to transform traditional agriculture into a more efficient, productive and sustainable sector through technological innovation. This involves the digitalisation of processes, the implementation of smart solutions and the use of data to inform better decisions.

Until a few years ago, public authorities looked the other way and left the task solely to the sector itself, which, through emerging companies or startups, many of them originating from universities, gradually generated innovation for the countryside. Second-tier cooperatives and other private en-

carry out investments in the processing, marketing and development of agri-food products under Spain's 2023–2027 Strategic Plan for the Common Agricultural Policy.

The aim of these grants is to improve the market orientation of the agri-food sector so that it can adapt to new and ongoing environmental, economic and social challenges, increase its competitiveness and promote research, technology, digitalisation, employment, gender equality and social inclusion within the sector.

In addition to this, as the Andalusian government points out, it has, through the Andalucía Agrotech European Digital Innovation Hub (EDIH), helped more than 800 agri-

food SMEs drive their digital transformation through the 346 digital services available. The regional administration is therefore encouraging the Andalusian sector to apply for these services, which are subsidised at 100 per cent and have already been used by more than 18,000 users.

Andalucía Agrotech EDIH is led and promoted by the regional ministry of Agriculture and serves as an example of public-private cooperation. It brings together 24 promoting entities and seven associated organisations, including representatives from the knowledge, agri-food and business communities, representing 70 per cent of Andalucía's digital innovation resources.

Its main aim is to support companies and accelerate the digital transformation of the agri-food sector, thereby boosting business competitiveness, improving employment and fostering innovation. To achieve this, it provides both a physical and a digital platform to connect all the agents involved in agrotechnology.

The services on offer are grouped into four main areas. These focus on assessing the viability of a technology before investment, encouraging collaboration among companies, startups and other ecosystem players, training sector professionals in digital technologies and helping companies secure funding for their digitalisation projects.

Along the same lines, the regional ministry of Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development is active-

ly involved in the Agriculture of Data (AgData) European partnership, which began operations in the final quarter of 2025. This is an international cooperation initiative that forms part of the Horizon Europe Research and Innovation Framework Programme.

The availability, quality, interoperability and governance of data are seen as essential factors in advancing the digital transformation currently under way in European agriculture. For this reason, the objective of AgData is to coordinate investment, research, data integration and the creation of advanced digital solutions for the sector at EU level. Specifically, it seeks to apply data to support climate adaptation in agricultural activities, the sustainability of farm production, environmental monitoring and evidence-based decision-making.

From a financial perspective, the budget for the first two years of AgData's work, from October 2025 to September 2027, amounts to 100 million euros. Overall investment will reach 300 million euros over the seven-year lifespan of this European cooperation initiative, which brings together organisations from more than 20 countries. Spanish partners include the Regional Ministry of Agriculture of the Andalusian government, the State Research Agency, the Centre for Technological Development and Innovation (CDTI), the University of Malaga and the Spanish National Research Council (CSIC).

SUCA
Sociedad Cooperativa Andaluza

SUCA ALMERIA

Carretera de Almerimar S/N
04700 El Ejido (ALMERIA)
Tlfs: 950 58 18 69 / 950 58 18 70
Fax: 950 58 18 68
infosuca@gruposuca.com

SUCA GRANADA S.C.A.

C/ Comercio nº2 (Pol. Ind. La Rosa)
18330 Chauchina (GRANADA)
Tlf 958 51 30 02
Fax: 958 51 13 52
pedidosgr@gruposuca.com

SUCA HUELVA S.C.A.

Parque Empresarial
Avda. de los Empresarios,
Parcela 7. A1 y 7. A2 - 21007 (HUELVA)
Tlf: 959 65 72 00
Fax: 959 65 72 01
pedidoshu@gruposuca.com



**CUIDAMOS
NUESTRO FUTURO**

www.gruposuca.com

10.

Pimiento, el rey al que parvispinus pone en jaque

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Es el producto estrella de la huerta almeriense después de que desbancara del trono al tomate, pero se enfrenta desde hace varias campañas a los efectos del temido trips



Desde hace unos años el pimiento se consolida como el producto estrella del campo almeriense, por delante de pepino y tomate, en cuanto a producción. La amenaza que supone Thrips Parvispinus no frena el interés de los agricultores almerienses por continuar con las plantaciones de este cultivo fruto de la buena rentabilidad que aporte, pese a los desafíos de los virus y el incremento de costes fijos desde la pandemia y el arranque del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania. Durante la pasada campaña hortofrutícola los precios del pimiento estuvieron un 21% más altos que en la anterior (porcentaje idéntico al que cayeron el año anterior). A pesar de los problemas causados por parvispinus, que provocaron una caída de las ventas entre enero y abril, el volumen comercializado aumentó un 1%, gracias principalmente al fuerte crecimiento de la oferta en los meses de noviembre y diciembre. Conviene recordar que en el ejercicio previo el pimiento tuvo un comportamiento negativo: sus ingresos se redujeron un 16% a pesar de un incremento del 7% en la comercialización.

En cuanto al valor de los productos comercializados, destaca el pimiento con un valor de 1.432 millones de euros, más de un 25 por ciento más; seguido por el tomate con un valor de 908 millones de euros, con un aumento de más del 18 por ciento; el pepino en tercer lugar con un valor de 677 millones de euros, un 32,5 por ciento más; la sandía con un valor de 478 millones de euros; casi un 34 por ciento más y, en quinto lugar, el calabacín con un valor de 373 millones de euros, 3,5 por ciento más respecto a la campaña anterior. El pimiento fue el producto más producido con 913.000 toneladas, al igual que el que más espacio productivo ocupó con 12.719 hectáreas. Además, alcanzó un precio medio de 1,23 euros por kilo, esto es, 0,18 euros por kilos más que en el ejercicio anterior, un incremento, por tanto, del 17,14 por ciento.

En el comienzo de la presente campaña las altas temperaturas que se estuvieron registrando hasta el mes de noviembre no hicieron más que dispersar aún más e incrementar la incidencia del citado trips, lo que obligó a arrancar el 3% de las más de 12.300 hectáreas de cultivo. Se da la circunstancia, como advierten desde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, de que la totalidad de las producciones de este producto en la provincia de Almería y buena parte de las de Granada están afectadas por este virus.

Sus efectos, además de en la planta, se notan en los productos, que no pierden ninguna de sus propiedades organo-

lépticas ni calidad, pero cuentan con manchas en su superficie, lo que genera rechazo en los mercados. No obstante, desde Coexphal van a articular una campaña para concienciar a los consumidores de que si el pimiento está afectado por *parvispinus* no es por otro motivo que porque su cultivo es natural y libre de fitosanitarios prohibidos. Por tanto, la presencia de manchas lejos de ser algo a rechazar es una garantía de que el producto se ha cultivado con los máximos estándares de calidad como establecen las autoridades tanto nacionales como europeas.

Ante esta situación tanto entidades privadas como las administraciones están buscando mecanismos para revertir los efectos de *parvispinus*. La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural está probando en invernaderos experimentales de la provincia de Almería el control biológico con enemigos naturales del *Thrips parvispinus*. Las prospecciones en campo y la evaluación del depredador

detectada por primera vez en España en 2017, primero en cultivos ornamentales del litoral mediterráneo y desde 2020 colonizando cultivos de pimiento en Almería. Está causando daños directos y severos en los frutos, como deformaciones y cicatrices, lo que reduce su valor comercial y provoca pérdidas económicas relevantes. En este contexto, los protocolos de Gestión Integrada de Plagas (GIP) y control biológico existentes hasta ahora no estaban ofreciendo resultados satisfactorios frente a esta especie, lo que ha impulsado la necesidad de estudiar a fondo su comportamiento en las condiciones locales. Para ello, el Ifapa desarrolla el proyecto 'Plagas emergentes y reemergentes en horticultura protegida', cofinanciado con fondos europeos Feder, cuyo objetivo es generar conocimiento aplicado para mejorar el manejo de *Thrips parvispinus*. Uno de los pilares del proyecto ha sido el estudio de la ecología y la dinámica poblacional de esta plaga, lo que resulta fundamental para diseñar estrategias



'*Franklinothrips megalops*' desarrolladas a través del Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (Ifapa) están arrojando «resultados positivos, por lo que actualmente se evalúa su eficacia en invernaderos experimentales con el objetivo de que los investigadores puedan corroborar los resultados preliminares» con el objetivo final de «un escalado en producciones mayores para comprobar su eficacia en invernaderos comerciales», tal y como explican desde la Junta de Andalucía.

Se trata de un estudio enmarcado en un proyecto de investigación que busca soluciones locales, sostenibles y transferibles al sector para el control del '*Thrips parvispinus*', una línea de trabajo coordinada por los investigadores Estefanía Rodríguez y Mario Porcel, y desarrollada entre los centros Ifapa de La Mojonera y de Málaga. El '*Thrips parvispinus*' o 'Trips del tabaco' es una plaga exótica invasora

eficaces de control. Estos trabajos han permitido conocer cuándo se producen los picos de población de *Thrips parvispinus*, cómo se distribuye esta plaga entre los distintos órganos de la planta, y que la flora asociada a los cultivos, utilizada para potenciar la biodiversidad, no actúa como reservorio, ya que la plaga muestra una marcada preferencia por el pimiento. Otro de los ejes clave del proyecto ha sido la búsqueda, evaluación y cría de enemigos naturales autóctonos que puedan integrarse en programas de control biológico. Así, se destacan especies como crisopas y el depredador *Franklinothrips megalops*, ambos con potencial para ser producidos por biofábricas y utilizados comercialmente. Estos depredadores ya han mostrado resultados muy prometedores en condiciones de laboratorio, semicampo y en invernaderos experimentales, confirmando su eficacia para el control del *Thrips parvispinus* en condiciones similares a las de producción real.



Pepper's reign under challenge by parvispinus

After dethroning the tomato, it became the flagship crop of Almería's greenhouse farming sector, but it has been under threat for several seasons from the feared thrips



For several years now, the pepper has established itself as the leading crop in Almería's agricultural sector, ahead of cucumber and tomato in terms of production. The threat posed by Thrips parvispinus has not dampened growers' interest in continuing to plant this crop, given the good returns it offers.

Despite the challenges of viruses and rising fixed costs since the pandemic and the outbreak of the war between Russia and Ukraine, during the last fruit and vegetable season, pepper prices were 21% higher than the previous year, the same percentage by which they had fallen the year before. Amid the problems caused by parvispinus, which led to a drop in sales between January and April, the marketed volume rose by 1%, mainly due to strong supply growth in November and December. It's worth recalling that in the previous season, pepper performed poorly, with revenues down 16% despite a 7% increase in volumes sold.

In terms of the value of products marketed, pepper stands out at €1.432 billion, up more than 25%. This was

followed by tomato at €908 million, up by more than 18%; cucumber in third place at €677 million, up 32.5%; watermelon at €478 million, almost 34% higher; and in fifth place, courgette at €373 million, up 3.5% on the previous season. Pepper was the most-produced crop, with 913,000 tonnes, and also occupied the largest growing area with 12,719 hectares. It achieved an average price of €1.23 per kilo, €0.18 per kilo more than the previous year, up 17.14%.

At the start of the current season, the high temperatures recorded until November only served to spread and increase thrips incidence, forcing the removal of 3% of the more than 12,300 hectares under cultivation. As the Regional Ministry of Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development has warned, all pepper production in the province of Almería and a large share of that in Granada is affected by this virus.

Its effects are felt not only on the plant but also on the produce. Peppers do not lose any of their organoleptic properties or quality, but they develop skin marks, which leads to market rejection. Coexpthal is nevertheless planning a cam-

paign to raise consumer awareness that, if pepper is affected by parvispinus, it's simply because it's been grown naturally and without banned plant protection products. The presence of marks, far from being a reason for rejection, is a guarantee that the product has been grown to the highest quality standards set by national and European authorities.

In response to this situation, both private organisations and public authorities are looking for ways to reverse the effects of parvispinus. The Regional Ministry of Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development is testing biological control using natural enemies of Thrips parvispinus in experimental greenhouses in the province of Almería. Field surveys and the assessment of the predator Frankliniella megalops, carried out by the Andalusian Institute of Agricultural, Fisheries, Food and Organic Production Research and Training (Ifapa), are delivering "positive results, so its effectiveness is currently being assessed in experimental greenhouses so researchers can confirm the preliminary findings". The ultimate aim, according to the Andalusian regional government, is "scaling up to larger production areas to test its effectiveness in commercial greenhouses".

The work forms part of a research project focused on developing local, sustainable solutions that can be transferred to the sector to control this pest. The programme is coordinated by researchers Estefanía Rodríguez and Mario Porcel and is being carried out at the Ifapa centres in La Mojonera and Malaga. Thrips parvispinus, also known as tobacco thrips, is an invasive exotic pest first detected in Spain in 2017, initially in ornamental crops along the Mediterranean coast. Since 2020, it has colonised pepper crops in Almería.

It causes direct and severe damage to fruit, including deformation and scarring, reducing their commercial value and resulting in significant economic losses.

In this context, existing integrated pest management and biological control protocols had failed to deliver satisfactory results against this species, driving the need for an in-depth study of its behaviour under local conditions. To address this, Ifapa is running the project Emerging and Re-emerging Pests in Protected Horticulture, co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF), with the aim of generating applied knowledge to improve the management of Thrips parvispinus. One of the project's key aims has been to study the pest's ecology and population dynamics, which are essential for designing effective control strategies. This work has enabled the identification of when population peaks occur, of how the pest is distributed across different parts of the plant, and of confirming that the associated flora used to enhance biodiversity does not act as a reservoir, as the pest shows a marked preference for pepper.

Another key strand of the project has been the search for, evaluation and breeding of native natural enemies that can be integrated into biological control programmes. Species such as lacewings and the predator Frankliniella megalops stand out, both of which have the potential to be produced in biofactories and used commercially. These predators have already shown very promising results in laboratory tests, semi-field conditions and experimental greenhouses, confirming their effectiveness in controlling Thrips parvispinus under conditions close to real production conditions.

WELCOME HOME.

We've created a new space designed to generate added value. Together, let's keep shaping the future of the food industry.



FRUIT
LOGISTICA

4/5/6
FEB
2026
BERLIN

Visit us.
Hall 18,
Stand A-20

11.

La huerta de Europa hace malabares para ser rentable

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Los productores de pepino, tomate, calabacín, berenjena, melón y sandía capean como pueden el incremento de los costes fijos y la competencia desleal de terceros países



Dejando a un lado que el líder indiscutible es el pimiento, la considerada huerta de Europa la constituyen también productores de pepino, tomate, calabacín, berenjena, melón y sandía que hacen en los últimos años malabares para que sus cultivos sean rentables, porque, además de los problemas que les generan la virosis, el incremento de los costes fijos que se produjo de forma notable a raíz de la pandemia y el inicio del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y la competencia desleal de terceros países con el 'beneplácito' de la Unión Europea está propiciando que el campo almeriense y granadino tengan dificultades para mantener la rentabilidad. Hay productores que desde hace varios años van a doble campaña, puesto a que a su cultivo habitual le suman otro de corto período bien de melón o de sandía.

La campaña hortofrutícola 2024-25 no fue especialmente favorable para algunos de los cultivos más emblemáticos de Andalucía como el calabacín, la berenjena y el pepino, ni tampoco para el tomate. Según los datos provisionales del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, la inestabilidad en los precios, las condiciones meteorológicas y los vaivenes del mercado marcaron un ejercicio irregular para estos productos.

En el caso del calabacín, el precio medio durante la campaña se situó en 62 céntimos de euro por kilo. Durante los meses de octubre y noviembre superó el euro, pero tras la Navidad de 2024 sufrió una fuerte caída, especialmente entre febrero y marzo, cuando los precios se desplomaron. Uno de los momentos más críticos llegó en abril, cuando la Interprofesional Hortyfruta declaró la alerta roja de crisis para el calabacín verde. La situación se debió a un aumento significativo de la producción unido a unas condiciones

meteorológicas desfavorables en primavera, que afectaron el desarrollo del fruto. Este cultivo, muy sensible a las altas temperaturas, no pudo sostener una campaña sólida en su tramo final.

El mercado también se vio condicionado por las exportaciones procedentes de Marruecos. La Unión Europea autorizó un contingente de 56.000 toneladas para la campaña, siendo los meses de enero y febrero los de mayor volumen de entrada de producto marroquí.

La berenjena, por su parte, registró un precio medio de 74 céntimos por kilo en la campaña 2024-25. Entre noviembre y febrero se alcanzaron los valores más altos, superando el euro por kilo, pero desde marzo hasta mayo los precios cayeron por debajo de los 30 céntimos, afectando seriamente la rentabilidad. Esta caída se relaciona con la finalización de los programas anuales que muchas comercializadoras almerienses mantienen con grandes cadenas de distribución europeas. A partir de entonces, la entrada de producciones de otros orígenes, aunque en volúmenes limitados, impactó negativamente en el precio de la berenjena almeriense.

En cuanto al pepino, su comportamiento fue más favorable. Durante la campaña 2024-25, su precio medio provisional fue de 76 céntimos por kilo, con un comportamiento similar entre sus tres variedades principales. Los precios subieron en diciembre, enero y febrero, pero a partir de marzo cayeron por debajo de los 40 céntimos el kilo. A diferencia de las otras dos hortalizas, el balance de campaña para el pepino fue positivo tanto en términos de precio como de volumen recolectado. No se registraron plagas de importancia y las temperaturas invernales resultaron adecuadas para el cultivo, lo que le lleva a consolidarse como el segundo producto más producido en la provincia de Almería.

Por otra parte, los esfuerzos del sector por revitalizar el tomate aún no están cosechando los frutos esperados. El que hasta hace pocas campañas era el rey indiscutible de la producción almeriense, ocupa ahora un tercer puesto motivado principalmente por la competencia de países terceros.

En su balance de cierre de campaña 2024-25, desde Coexphal se advertía de que las cifras revelaban que las exportaciones de tomate cayeron un 1 por ciento. Alemania se mantiene como el principal comprador, adquiriendo el 36% de las ventas. La cuota de Francia, segundo cliente en importancia aumenta ligeramente hasta el 13%. Como novedad, Polonia se posiciona como el tercer comprador, por delante de Países Bajos (10,6% y 10%, respectivamente). Las compras del Reino Unido, siguiente cliente, vuelven a des-



**DEFENDIENDO NUESTRO CAMPO,
DEFENDIENDO ESPAÑA,
DEFENDIENDO EUROPA.**





cender: apenas se envían 22.000 toneladas a este país, lo que representa un 5,4% del total.

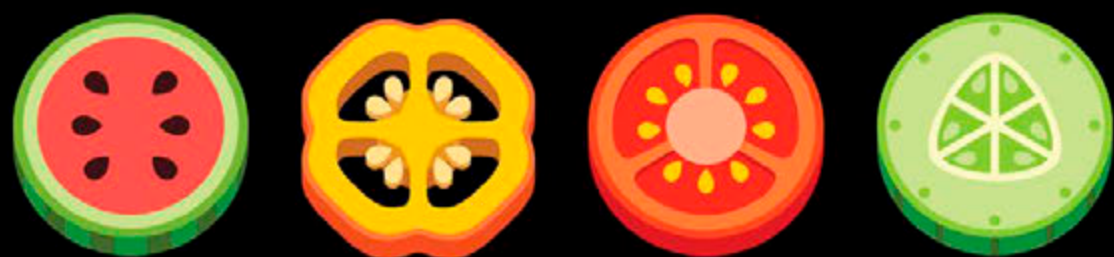
Como advertía entonces su gerente, Luis Miguel Fernández, «la presión de Marruecos es cada vez más evidente. Han logrado un nuevo récord en sus exportaciones, con casi 680.000 toneladas enviadas a la UE y Reino Unido. Además, el crecimiento de su superficie invernada y la especialización en variedades de alto valor están desplazando al producto nacional en momentos clave de la campaña».

De manera oficial, la principal zona de producción (Souss Massa) reconocía en la pasada campaña la existencia de 24.000 hectáreas de producción invernadas dedicadas a hortalizas, 7.700 exclusivas de tomate. Sin embargo, un estudio de la Junta de Andalucía cifraba el total de producción protegida en 33.360 hectáreas (con un incremento del 17% en 2 años). A la que se debería sumar otras 11.230

hectáreas en Kenitra y Larache. Las extrapolaciones, sólo en Souss Massa, «nos llevarían a más de 10.500 hectáreas de tomate».

En general, la campaña 2024-25 fue un claro reflejo de cómo factores climáticos, comerciales y estructurales pueden condicionar de manera decisiva el rendimiento de los cultivos. Mientras el calabacín y la berenjena sufrieron los efectos de la sobreoferta y la competencia externa, el pepino logró un balance más positivo, aunque con matices y el tomate sigue buscando la fórmula para volver a la senda que le condujo a ser el líder. De cara a futuras campañas, los productores andaluces deberán seguir adaptándose a un mercado volátil, cada vez más influido por elementos externos.





EL EJIDO

gourmet QUALITY

FRUIT
LOGISTICA

4|5|6 FEBRUARY 2026, BERLIN



EL EJIDO
AYUNTAMIENTO

www.elejido.es



Why ‘Europe’s vegetable garden’ is struggling to stay profitable

Growers of cucumbers, tomatoes, courgettes, aubergines, melons and watermelons are doing their best to weather rising fixed costs and unfair competition from third countries

Setting aside peppers, the undisputed leader, Europe’s so-called market garden is also made up of producers of cucumbers, tomatoes, courgettes, aubergines, melons and watermelons.

In recent years, they’ve been juggling to keep their crops profitable: alongside problems caused by plant viruses, a sharp rise in fixed costs following the pandemic and the war between Russia and Ukraine, and what they see as unfair competition from third countries backed by the European Union, have made it difficult for farms in Almería and Granada to maintain profitability. Some growers have been running double seasons for several years, adding a short-cycle crop of either melons or watermelons to their usual production.

The 2024–25 fruit and vegetable season was not especially favourable for some of Andalucía’s most emblematic crops, including courgettes, aubergines, cucumbers, and even tomatoes. According to provisional data from the Andalusian regional government’s Prices and Markets Observatory, price instability, weather conditions and market swings shaped an uneven year for these products.

For courgettes, the average price over the season was 62 cents per kilo. Prices exceeded one euro in October and November but fell sharply after Christmas 2024, particularly between February and March when values collapsed. One of the most critical moments came in April, when the Hortyfruta interbranch organisation declared a red alert crisis for green courgettes. This was driven by a significant increase in output combined with unfavourable spring weather that affected fruit development. This crop, which is very sensitive to high temperatures, was unable to sustain a solid finish to the season.

The market was also influenced by Moroccan exports. The European Union authorised a quota of 56,000 tonnes for the season, with January and February seeing the highest volumes of Moroccan produce entering the market.

Aubergines, meanwhile, recorded an average price of 74 cents per kilo in the 2024–25 season. The highest values were reached between November and February, rising above one euro per kilo, but from March to May prices fell below 30 cents, seriously damaging profitability. This drop was linked to the end of annual programmes that many Almería-based marketing companies maintain with major European retail chains. From that point on, the arrival of production from

other origins, even in limited volumes, had a negative impact on the price of Almería aubergines.

As for cucumbers, their performance was more favourable. During the 2024–25 season, the provisional average price stood at 76 cents per kilo, with similar trends across its three main varieties. Prices rose in December, January and February but from March onwards fell below 40 cents a kilo. Unlike the other two vegetables, the overall balance for cucumbers was positive across both price and harvested volume. No significant pest outbreaks were recorded, and winter temperatures were suitable for the crop, helping it consolidate its position as the second-most-produced product in the province of Almería.

Meanwhile, the sector’s efforts to revitalise tomato production have yet to bear the expected fruit. Until a few seasons ago, tomatoes were the undisputed king of Almería’s output. Now, it has slipped to third place, mainly due to competition from third countries.

In its end-of-season assessment for 2024–25, Coexphal warned that the figures showed tomato exports had fallen by 1%. Germany remains the main buyer, accounting for 36% of sales. France, the second-largest customer, increased its share slightly to 13%. In a new development, Poland has emerged as the third-largest buyer, ahead of the Netherlands at 10.6% and 10%, respectively. Purchases by the United Kingdom, the next key market, fell again, with just 22,000 tonnes shipped, representing 5.4% of the total.

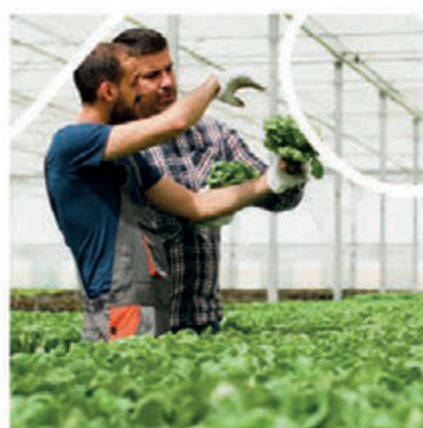
As its general manager, Luis Miguel Fernández, warned at the time, “Morocco’s pressure is becoming ever more evident. They’ve set a new export record, with almost 680,000 tonnes sent to the EU and the United Kingdom. On top of that, the growth in their protected cropping area and their specialisation in high-value varieties are displacing domestic produce at key points in the season.”

Officially, the main production area, Souss-Massa, acknowledged that it had 24,000 hectares of protected production devoted to fruit and vegetables during the last campaign, 7,700 of which were exclusively for tomatoes. However, a study by the Andalusian regional government put total protected production at 33,360 hectares, an increase of 17% in two years. To this should be added a further 11,230 hectares in Kenitra and Larache. Extrapolations for Souss Massa alone “would take us to more than 10,500 hectares of tomatoes”.

Overall, the 2024–25 season clearly showed how climatic, commercial and structural factors can decisively shape crop performance. While courgettes and aubergines suffered from oversupply and external competition, cucumbers achieved a more positive outcome, albeit with caveats, and tomatoes are still searching for the formula that once made them the leader. Looking ahead, Andalusian producers will need to continue adapting to a volatile market increasingly shaped by external influences.



SABORES ALMERÍA EN BERLÍN



FRUIT LOGÍSTICA 2026

4-6 FEBRERO | BERLÍN

La Diputación Provincial de Almería viaja a Berlín para apoyar a las empresas agroalimentarias almerienses en la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas Fruit Logística 2026

FRUIT
LOGÍSTICA


**DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA**


sabores
ALMERÍA

12.

Espárrago, el oro verde de Granada

Es la principal provincia productora del país con más de 6.500 hectáreas, de las más de 10.000 existentes a lo largo de toda la geografía española

Autor:
Juan Sánchez. Almería

El espárrago verde ha dejado de ser una ocurrencia para convertirse en un auténtico motor económico para muchas familias en la provincia de Granada. Del mismo modo que hasta hace no mucho la gente consideraba que producir pistacho en España era algo ilógico, el espárrago ha transitado por un camino similar. Nadie pensaba hasta hace poco tiempo que la provincia se iba a convertir en la principal productora del país de este preciado producto. Tanto es así, que de las algo más de 10.000 hectáreas destinadas en España al cultivo de este fruto, en la provincia de Granada hay ya más de 6.500, que arrojan una producción en 2025 que ronda los 35 millones de kilos. Por lo tanto, esta provincia andaluza representa alrededor de un 65% de la superficie dedicada al espárrago verde en España y del 60% en cuanto a producción. Junto a la granadina, Sevilla, Málaga y Almería también están viendo cómo cada vez son más los agricultores que se decantan por su cultivo.

Cabe destacar que la superficie de espárrago en Andalucía pasó de 9.688 hectáreas en 2023 a 7.400 en 2024, un descenso del 23,6% según los datos publicados por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía «ante la falta de agua por sequía y restricciones de riego». Por su parte, la producción se elevó un 4,6%, hasta las 30.672 toneladas, frente a las 29.410 toneladas de 2023, y el rendimiento se vio incrementado un 36,9%. Además, los precios en origen del espárrago verde andaluz presentan una tendencia positiva en el periodo 2020-2024. Se constata un incremento del 4% respecto a la campaña ante-

rior y del 10% con relación a la media de las cuatro campañas anteriores.

Tal es la pujanza del sector, que, similar a lo que ocurrió en su día con los cultivos bajo plástico en la provincia de Almería, las entidades financieras han decidido apostar con fuerza por este cultivo. Así, la Interprofesional del Espárrago Verde se ha aliado con Caja Rural Granada para apoyar a los productores a mejorar el posicionamiento del producto y ganar en competitividad en los mercados nacionales e internacionales. El presidente de la entidad, Antonio León, firmaba a finales del pasado mes de octubre un acuerdo de colaboración con el presidente de la citada asociación, Antonio Francisco Zamora por el que Caja Rural Granada se convierte en su patrocinadora principal.

De esta forma, la entidad refuerza su compromiso con el sector, ofreciendo a los profesionales del espárrago verde una amplia gama de productos y servicios financieros en condiciones especiales. «Este apoyo refleja nuestro firme compromiso con el sector agrícola, especialmente con un cultivo tan destacado como el espárrago verde. Desde Caja Rural Granada queremos ser un aliado estratégico para los agricultores, cooperativas y empresas que forman parte de esta cadena de valor, ofreciendo soluciones financieras que impulsen su crecimiento y competitividad», destacaba Antonio León.

La firma tuvo lugar en los servicios centrales de la entidad financiera, en un acto que contó con una amplia representación del sector, prueba del apoyo e interés que ha suscitado el citado convenio entre las cooperativas dedicadas



a este cultivo. Entre los asistentes se encontraban representantes de Centro Sur SCA (encabezada por el presidente de la Interprofesional del Espárrago, Antonio Zamora), COSAFRA, Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida (IGP), Espafon, San Isidro de Loja SCA, Agromesía SCA, El Torcal, Los Fresnos SCA, ASAJA, COAG, Espárragos de Guadalajara, Asociafruit, UPA y Cooperativas Agroalimentarias de Granada.

Por su parte, el presidente de la Interprofesional del Espárrago Verde, Antonio Zamora, reconoció su satisfacción por la firma de este convenio de colaboración con Caja Rural Granada, «una Entidad de referencia que nos ofrece respaldo y garantías para seguir desarrollando nuestra labor de difusión y protección del espárrago verde, un producto extraordinario que representa la excelencia de nuestro campo».

«El espárrago verde español sigue necesitando un trabajo constante de formación, de promoción, tanto en el mercado nacional como internacional, y contar con el apoyo de Caja Rural Granada supone un impulso muy importante para avanzar en ese objetivo», precisó.

Gracias a este acuerdo, además, Caja Rural Granada favorecerá el desarrollo de eventos, comunicaciones, cursos de formación, seminarios y actividades culturales y sociales organizadas por la Asociación. Con esta colaboración, la Entidad reafirma su papel como facilitadora del desarrollo económico en un entorno globalizado y competitivo, apoyando a un sector clave para la economía local como es el del espárrago verde.

Dentro de este cultivo, cabe destacar que el espárrago verde-morado de Huétor Tájar, también conocido como es-



párrago triguero, es un producto autóctono de la Vega Baja del Genil, en Granada. Este exclusivo tipo de espárrago, cultivado en condiciones únicas, es el único de su tipo con Denominación de Origen en la Unión Europea y en el mundo. Se cosecha entre marzo y junio, siempre a mano, lo que asegura un proceso artesanal. Fuera de temporada, se encuentra en conserva, con su correspondiente contraetiqueta que garantiza su autenticidad. La zona de cultivo incluye localidades como Moraleda de Zafayona, Íllora, Villanueva Mesía, Huétor Tájar, Salar y Loja. El único autorizado para su comercialización es Centro Sur, Sociedad Cooperativa Andaluza.



40 hectares of sustainable crops

40 hectáreas de cultivos sostenibles de tomates de sabor todo el año



Natural sunlight
Luz natural



High-tech glass greenhouses
Invernaderos de cristal de alta tecnología



Premium Quality
Calidad premium



Discover our greatest secret

Descubre nuestro mayor secreto





Granada strikes green gold with asparagus boom

It is the country's leading province in terms of production, with more than 6,500 hectares of the over 10,000 across Spain

Green asparagus has gone from being a novelty to a genuine economic engine for many families in the province of Granada. Much like when not long ago people thought producing pistachios in Spain made little sense, asparagus has followed a similar path. Until recently, few believed the province would become the country's main producer of this prized crop.

Incredibly, of the just over 10,000 hectares devoted to asparagus cultivation in Spain, more than 6,500 are now in the province of Granada. That area is expected to yield close to 35 million kilos in 2025. As a result, this Andalusian province accounts for around 65% of Spain's green asparagus surface area and about 60% of total production. Alongside Granada, a growing number of farmers are opting for the crop in Seville, Malaga and Almeria.

That said, it's worth noting that the area under asparagus in Andalucía fell from 9,688 hectares in 2023 to 7,400 in 2024, a drop of 23.6%, according to figures published by the Price and Markets Observatory of the Junta de Anda-



lucía, "due to a lack of water caused by drought and irrigation restrictions". Production, however, rose by 4.6% to 30,672 tonnes, compared with 29,410 tonnes in 2023, while yields increased by 36.9%. In addition, farmgate prices for Andalusian green asparagus show a positive trend over the 2020 to 2024 period, with a 4% rise on the previous season and a 10% increase compared with the average of the four preceding campaigns.

Such is the sector's momentum that, as happened in the past with plastic-covered crops in the province of Almeria, financial institutions have decided to strongly back asparagus. The Green Asparagus Interprofessional Association has partnered with Caja Rural Granada to help producers improve the product's positioning and boost competitiveness in national and international markets. At the end of October, the bank's president, Antonio León, signed a collaboration agreement with the association's chief, Antonio Francisco Zamora, making Caja Rural Granada its main sponsor.

In this way, the bank has reinforced its commitment to the sector, offering green asparagus professionals a wide range of financial products and services on special terms. "This support reflects our firm commitment to the agricultural sector, especially to a crop as prominent as green asparagus. At Caja Rural Granada, we want to be a strategic partner for the farmers, cooperatives and companies that make up this value chain, offering financial solutions that drive their growth and competitiveness," Antonio León said.

The agreement was signed at the financial institution's head offices at an event attended by a broad cross-section of the sector, reflecting the support and interest the deal has generated among cooperatives dedicated to the crop. Those present included representatives from Centro Sur SCA, led by the president of the Green Asparagus Interprofessional Association, Antonio Zamora, as well as COSAFRA, the Regulatory Council of the Protected Geographical Indication, Espafon, San Isidro de Loja SCA, Agromesía SCA, El Torcal, Los Fresnos SCA, ASAJA, COAG, Espárragos de Guadalajara, Asociafruit, UPA and Granada's agri-food cooperatives.

For his part, the president of the Green Asparagus Interprofessional Association, Antonio Zamora, expressed his satisfaction at the signing of the collaboration agreement with Caja Rural Granada, calling it "a benchmark institution that offers us the backing and guarantees we need to continue our work of promoting and protecting green asparagus. It's an outstanding product that represents the excellence of our countryside".

"Spanish green asparagus still requires sustained efforts in training and promotion, both in the domestic and international markets, and having the support of Caja Rural Granada is a very significant boost in helping us move towards that goal," he added.

Under the agreement, Caja Rural Granada will also support the development of events, communications, training courses, seminars and cultural and social activities organised by the Association. Through this collaboration, the bank reaffirms its role as a facilitator of economic development in a globalised and competitive environment, backing a key sector of the local economy, such as green asparagus.

Within the crop, particular mention should be made of the green-purple asparagus from Huétor Tájar, also known as triguero asparagus, a native product of the Lower Genil plain in Granada. This exclusive variety, grown under unique conditions, is the only asparagus of its kind with a designation of origin in the European Union and worldwide. It's harvested by hand between March and June, ensuring a fully artisanal process. Outside the season, it's available preserved, with its official counter-label guaranteeing authenticity. The growing area includes towns such as Moraleda de Zafayona, Íllora, Villanueva Mesía, Huétor Tájar, Salar and Loja, and the only body authorised to market it is Centro Sur, the Andalusian cooperative society.

FAIR LOGISTIC PORT LOGISTIC PLATFORM

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

The best option to distribute
your products to Europe



Autoridad Portuaria de Motril
Recinto Portuario s/n
18613, Motril (Granada)
T. (+34) 958 601 207
info@apmotril.com
www.apmotril.com



13.

Las exportaciones de aguacate y mango baten récord

Autor:
Juan Sánchez. Almería

La comercialización a terceros países de estos productos durante los meses de enero a septiembre del año pasado superó las cifras registradas en todo 2024

Las frutas subtropicales cada vez tienen un mayor tirón entre los consumidores y la provincia de Málaga ha sabido adaptarse a las demandas y los gustos de aquellos que llegan al mercado en busca de algo diferentes. Según las cifras aportadas por el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco, al cierre del año, las exportaciones de aguacate y mango de esta provin-

«Hablar de agricultura en la Axarquía es hacerlo principalmente del sector de frutas tropicales y, sin duda, TROPS, esta organización de productores de frutas y hortalizas (OPFH) supranacional es referente a nivel nacional y líder indiscutible con el 40% de la cuota de mercado del aguacate y el 55% del mango en España», manifestó.

En este sentido, Ramón Fernández-Pacheco advirtió de que «estas cifras sitúan a Vélez-Málaga en el mapa internacional del sector de los tropicales y posicionan a TROPS en los mercados más competitivos de hasta 22 países europeos, como en Reino Unido, Alemania y Países Bajos».

Asimismo, el consejero reconoció «la gran labor que realizan desde esta organización de productores» y señaló que, en un periodo de seis años, desde el Gobierno andaluz se respaldará a TROPS con 14 millones de euros para reforzar sus programas operativos en el marco de las subvenciones a las OPFH con cargo a los fondos FEAGA. «Unas ayudas que se reparten anualmente, y de las cuales ya han sido abonados 8,6 millones de euros», indicó.

«Datos que reflejan la importancia que tienen nuestros productores, y la apuesta que realizan por la innovación, sostenibilidad y eficiencia para ser ejemplos en otros países», reiteró. Al respecto, insistió en que «desde el Gobierno andaluz seguiremos apoyando a empresas y productores que fomenten una agricultura más rentable, competitiva y sostenible y, desde luego, de la mano del sector, seguiremos alzando la voz donde sea necesario para que se recojan todas vuestras necesidades en la próxima PAC post 2027, como así quedará patente en la manifestación prevista en Bruselas».

Según el Observatorio de Precios y Mercados de Andalucía, de la campaña 2020-21 a la 2024-25 la superficie de suelo destinada al cultivo del aguacate, el líder de los subtropicales, en Andalucía ha crecido año tras año del citado ciclo al pasar de 12.386 a 15.283. Sin embargo, la producción recolectada ha ido fluctuando, hasta el punto de que la pasada campaña, en la que a producción se destinaron 13.239 de las 15.263 hectáreas autorizadas para este cultivo, se cerró con 63.108 toneladas con un valor de 149,56 millones de euros, mientras que en la inicial del periodo analizado de las 10.555 hectáreas productivas se extrajeron 81.087 toneladas con un valor comercializado de 222,98 millones. O lo que es lo mismo, que en la campaña 2020-21 el rendimiento en kilos por hectárea fue de 7.682 y en la pasada de 4.767. Málaga con 7.358 hectáreas es la provincia andaluza donde más se cultiva este producto, seguida de Granada con 2.745, Huelva con 1.450 y Cádiz con 1.390.

cia en los nueve primeros meses superaron el total de las exportaciones de todo 2024.

Lo desveló durante una visita a la sede central de la empresa TROPS en Vélez-Málaga, compañía líder en el sector. En concreto, de enero a septiembre de 2025, se exportaron 106.943 toneladas por un valor de 307,5 millones de euros, mientras que en el total de 2024 se mandaron a terceros países 106.478 toneladas por valor de 357 millones de euros.

Así, si se realiza una comparativa de las exportaciones de los primeros nueve meses de 2025 respecto al mismo periodo en 2024, supone una subida del 33,2% en toneladas, ya que el año pasado, en el mismo periodo, se exportaron 80.284 toneladas, mientras que, a nivel económico, el incremento es del 13,2%, ya que el valor de enero a septiembre en el ejercicio anterior fue de 271,6 millones de euros.





Otro de los productos tropicales en auge en Andalucía es el mango, que en la campaña de 2024 acumuló alrededor de 5.100 hectáreas de superficie cultivada, lo que se traduce en una producción cercana a las 20.000 toneladas. La provincia de Málaga sigue liderando la zona productiva de este fruto al concentrar el 90% con cerca de 4.600 hectáreas. Las mejores condiciones climatológicas registradas para este cultivo, con temperaturas más estables en primavera, han dado lugar a un rendimiento medio de 3.500 kilos de producto por hectárea. Aunque esta cifra es mejor que la obtenida en la campaña anterior, aún se encuentra lejos de otras en las que se alcanzaron los 8.600 kilos por hectárea.

En cuanto al tercer producto por excelencia de entre los subtropicales que se cultivan en tierras andaluzas, la chirimoya está viendo cómo van creciendo sus exporta-

ciones en más de un 40 por ciento, gracias a la demanda de países como Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido.

En España hay poco más de 3.000 hectáreas de suelo dedicadas al cultivo de este fruto y la mayor parte de ellas se encuentran las localidades granadinas de Almuñécar, Jete, Motril y Salobreña. De hecho, de agosto del año 2024 al pasado junio las exportaciones de chirimoya desde la provincia de Granada a los mercados de la Unión Europea superaron los 1,7 millones de kilos, lo que se tradujo en un aumento del 42% sobre el mismo período de la campaña anterior.



SecondSky



**Más luz,
Menos calor,
Mejor cosecha.**

**Más ligero,
Más resistente,
Mejor ajuste.**

► **Visítanos en el Hall 3.1 Stand B-50**



Avocado and mango exports hit record highs

Sales of these products to non-EU markets between January and September last year exceeded the figures recorded across the whole of 2024

Subtropical fruit is enjoying growing demand among consumers, and the province of Malaga has adapted well to the tastes and expectations of buyers looking for something different. According to figures provided by the regional minister for Agriculture, Fisheries, Water and Rural Development, Ramón Fernández-Pacheco, by the end of the year, the province's avocado and mango exports in the first nine months had already surpassed total exports for the whole of 2024.

He revealed the data during a visit to the headquarters of TROPS in Vélez-Málaga, a leading company in the sector. Specifically, between January and September 2025, exports reached 106,943 tonnes worth €307.5 million, compared with 106,478 tonnes sent to third countries across the entirety of 2024, valued at €357 million.

A comparison of exports in the first nine months of 2025 with the same period in 2024 shows a 33.2% increase in volume. In the same months last year, 80,284 tonnes were exported. In value terms, the increase was 13.2%, with exports worth €271.6 million from January to September in the previous year.

"Talking about agriculture in the Axarquía mainly means talking about tropical fruit and, without a doubt, TROPS, this supranational fruit and vegetable producers' organisation, is a national benchmark and the undisputed leader, with a 40% share of the avocado market and 55% of the mango market in Spain," he said.

In this regard, Fernández-Pacheco added that "these figures put Vélez-Málaga on the international map of the tropical fruit sector and position TROPS in the most competitive markets across up to 22 European countries, including the UK, Germany and the Netherlands".

In the same vein, the minister also acknowledged "the outstanding work carried out by this producers' organisation" and said that over a six-year period, the Andalusian government will support TROPS with €14 million to strengthen

its operational programmes through grants for producers' organisations funded by the EAGF. "These grants are allocated annually, and €8.6 million has already been paid," he noted.

"These figures reflect how important our producers are and the commitment they've made to innovation, sustainability and efficiency, setting an example for other countries," he reiterated. He also stressed that "from the Andalusian government we'll continue to support companies and producers that promote more profitable, competitive and sustainable agriculture and, working alongside the sector, we'll keep making our voices heard wherever necessary so that all your needs are reflected in the next Common Agricultural Policy (CAP) after 2027, as will be made clear at the planned demonstration in Brussels".

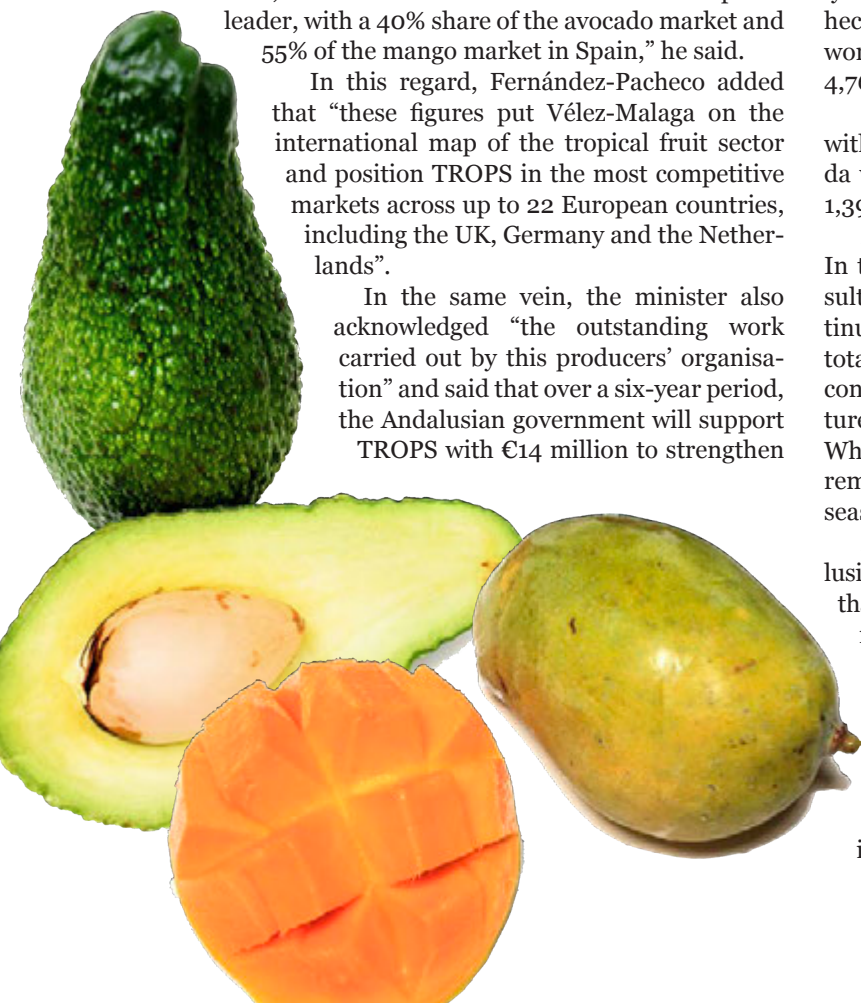
According to the Andalucía Price and Markets Observatory, between the 2020–21 and 2024–25 seasons, the area of land devoted to avocado cultivation, the leading subtropical crop, has grown year on year across Andalucía, increasing from 12,386 to 15,283 hectares. However, harvested output has fluctuated. In the most recent season, when 13,239 of the 15,263 authorised hectares were in production, the campaign closed with 63,108 tonnes valued at €149.56 million. By contrast, in the first season of the period analysed, 81,087 tonnes were harvested from 10,555 productive hectares, with a market value of €222.98 million. In other words, yields fell from 7,682 kilos per hectare in 2020–21 to 4,767 kilos per hectare in the most recent campaign.

Malaga, with 7,358 hectares, is the Andalusian province with the largest avocado-growing area, followed by Granada with 2,745 hectares, Huelva with 1,450 and Cadiz with 1,390.

Another tropical crop on the rise in Andalucía is mango. In the 2024 season, it covered around 5,100 hectares, resulting in production close to 20,000 tonnes. Malaga continues to lead this growing area, accounting for 90% of the total with nearly 4,600 hectares. More favourable climatic conditions for the crop, with more stable spring temperatures, delivered an average yield of 3,500 kilos per hectare. While this figure is higher than in the previous season, it remains well below yields of 8,600 kilos per hectare in other seasons.

As for the third flagship subtropical crop grown in Andalusian soil, custard apple is seeing exports increase by more than 40%, driven by demand from countries such as Germany, France, Italy, the Netherlands, Portugal and the UK.

In Spain, there are just over 3,000 hectares devoted to this crop, and most of them are located in the Granada municipalities of Almuñécar, Jete, Motril and Salobreña. From August 2024 to last June, custard apple exports from the province of Granada to EU markets exceeded 1.7 million kilos, representing a 42% increase on the same period in the previous season.



Es (algo) personal

Para Rafa,
estas aceitunas lo son todo.
Y lo que es importante para él
también lo es para nosotros.



Descubre cómo anticipar las ayudas
de la PAC en CaixaBank.es

NRI: 9335-2025/09681

Tú y yo.

Nosotros.



AgroBank

14.

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Entrevista a Carmen Crespo, eurodiputada y portavoz del PPE en la Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural (AGRI)

«Las quejas y críticas de los agricultores van en la línea de la falta de recursos»



La portavoz del PPE en la Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural analiza la situación actual del sector hortofrutícola, radiografía sus retos y debilidades y augura que la agricultura actual va a dar lugar a una revolución agraria sin precedentes, que será muy potente y donde en Andalucía ya se cuenta con la base para ella.

P.- ¿Cómo cree que afronta el sector andaluz de las frutas y hortalizas esta nueva edición de Fruit Logística?

R.- Con una subida de las exportaciones y con una mayor capacidad de innovación en materias como el agua y la sostenibilidad. El sector acude a la feria con la incertidumbre que se cierne sobre la Política Agraria Común. Es verdad que tenemos la OPFH garantizada, que eso es lo que sustenta al sector para la innovación del futuro, pero también es cierto que tenemos algunas dudas sobre la capacidad que tiene España de poner la cifra de la OPFH y que no venga destinada desde Europa, que es lo que nos gustaría a nosotros.

P.- ¿A qué retos se enfrenta el sector?

R.- En estos momentos tenemos algunos retos fundamentales como puede ser el tema de las plagas. Contamos con un virus en estos momentos en el pimiento importante y lo que debemos tener son herramientas para poder eliminar esos virus y esas plagas. En diciembre del año pasado se aprobaron las nuevas técnicas genómicas y creo que hemos apostado en el Partido Popular por ello de forma contundente y en 2028 se tendrán a disposición. Por tanto, nuevas herramientas para control de plagas que con el cambio climático es lo que se precisa y también para los retos del futuro, en este caso agua, la situación también de las plagas y, por supuesto, la innovación que va a ser con la capacidad de la inteligencia artificial lo que tengamos de revolución agraria en el futuro.

P.- Teniendo como tenemos en España Fruit Attraction como empresa o como asociación, ¿cuál cree que es el motivo por el que hay que acudir Fruit Logística?

R.- Fruit Attraction ha ganado muchísimos enteros y eso se ve año tras año. Pero nosotros exportamos fundamentalmente a toda Europa y fuera de Europa, pero nuestro país fundamental de comercialización es Alemania. Entonces, nada más que por eso, creo que tenemos que estar ahí, aparte de ser una feria en el centro de Europa a la que acuden todos los países nórdicos y países del mundo, y creo que no podemos desperdiciar ni un ápice de esfuerzo para participar.

P.- Ha aludido a la nueva PAC. ¿A quién favorece el cambio que plantea, porque se escuchan bastantes quejas y críticas en el sector hortofrutícola español?



R.- Las quejas y las críticas van en la línea de la falta de recursos. Se destina mucho a Defensa y en estos momentos de los Fondos Next Generation para la recuperación y resiliencia España ha devuelto 60.000 millones sin ejecutar, que ya nos vale. Una cantidad que no se ha utilizado en la agricultura. Con la nueva PAC no una merma de recursos y, sobre todo, lo que no queremos es que los países miembros tengan la capacidad de poner los programas, éstos deben venir definidos desde Europa.

P.- ¿Y qué es lo que justifica el cambio en la PAC si funciona bien?

R.- Pues que hay que destinar más dinero a Defensa, hay que pagar los Next Generation y los países no quieren poner más dinero del 1% de su Producto Interior Bruto.

P.- Los agricultores franceses y los catalanes han protestado por el acuerdo Mercosur, pero el resto del sector español está en calma. ¿En qué nos beneficia para que no haya más protestas de agricultores?

R.- Los agricultores lo que quieren es control, porque evidentemente quieren que, si nosotros estamos cultivando con ciertos parámetros, también se haga en otro sitio así. Y en estos momentos no se fían, porque anteriormente se han hecho acuerdos que no se han controlado. Por tanto, apuesto, más que hablar de un acuerdo en particular, por la Oficina de Control de Importaciones, que se tiene que crear en Europa para controlar los puertos. Es verdad que un acuerdo debe tener parámetros muy equilibrados y las cláusulas de salvaguarda tienen que ser fundamentales y ponerse rápidamente.

P.- En un reciente encuentro que mantuvo con mujeres agricultoras en Adra anunció precisamente la apuesta del PP por la puesta en marcha de

una Oficina de Control de Importaciones. ¿Cómo va la cosa o cree que se va a conseguir?

R.- Lo comentó el comisario europeo de Comercio, Maros Sefcovic, pero no ha vuelto a hablar de ello porque imagino que los países están siendo reticentes a perder cierta autonomía sobre los puertos, pero yo creo que es un error no ponerla. Los agricultores y el sector deben tener datos para ver si los acuerdos se están cumpliendo e intentar que haya cierta reciprocidad en los acuerdos internacionales y las cláusulas de salvaguarda que estén muy claras y que sean automáticas y rápidas.

P.- ¿Y cómo se le explica a un productor que no puede utilizar un determinado fitosanitario para vender sus productos en los mercados europeos, pero que la Unión Europea autoriza la compra a terceros países frutas y hortalizas tratadas con fitosanitarios que aquí, por ejemplo, en España, están prohibidos?

R.- Eso supuestamente no puede ser, es decir, supuestamente se tienen que prohibir. Todos los acuerdos internacionales establecen que tienen que ser los mismos parámetros de cultivo que nuestros productores, pero claro, esa es la teoría.

P.- Cabe pensar hasta qué punto la Unión Europea vela por los intereses de los productores europeos con su política agraria, porque cuando no es Mercosur, es un nuevo acuerdo con Marruecos, ¿nos estamos tirando a los europeos piedras contra nuestro propio tejado?

R.- Tenemos que abrirnos al mundo, nosotros somos exportadores. Los acuerdos comerciales en sí no son malos, porque permiten abrir determinada sociedad a otra sociedad. El proteccionismo exacerbado es perjudicial para



nuestra agricultura, que es competitiva y de mercado. Esto no es una cuestión de la Unión Europea. La Unión Europea está compuesta por 27 estados y los países deciden más que nadie.

P.- ¿Y por qué Europa, en lugar de ejecutar las sentencias que había contra el acuerdo con Marruecos, acelera en el último momento y se desmarca con un nuevo acuerdo que, según el sector, es más perjudicial aún para los intereses de los productores españoles?

R.- Creo que es que Europa está de acuerdo con el acuerdo de Marruecos y lo está también España, nuestro país y el ministro Planas. Yo no estoy de acuerdo y por eso puse una objeción a ese acuerdo debido al control. Yo creo que es un acuerdo que se pone en unas temporadas que coinciden con las nuestras, que no se ha controlado durante el tiempo que se establece y que no es beneficioso. Bajo mi punto de vista, hay que hacer un acuerdo con Marruecos distinto que sea acorde con las necesidades que tienen la Unión Europea y en este caso Marruecos.

P.- Con todo lo que está pasando, es que parece que nunca hay una campaña hortofrutícola tranquila para los agricultores almerienses ...

R.- Las últimas campañas han sido positivas. Este año con parvispinus hemos tenido muchas dificultades, pero creo que han sido unas campañas positivas. Además, en la Unión Europea hay cosas positivas en este momento que hay que poner de manifiesto. Se está simplificando la lista de los fitosanitarios; se han aprobado las nuevas técnicas ge-

nómicas; se está hablando de inteligencia artificial y de competitividad e innovación, con un fondo de 40.000 millones en el nuevo marco financiero. Se ha hecho una estrategia de jóvenes. Yo creo que el comisario de Agricultura, Christophe Hansen, están haciendo cosas muy positivas y está muchas cosas que deseábamos de la etapa de Frans Timmermans

P.- En los últimos años se ponía en duda de nuevo que se pudiera llevar un relevo generacional en el campo, pero parece que con la modernización de los cultivos y la llegada de tecnología el campo se ve como algo atractivo...

R.- El sector agrícola en Almería especialmente y en toda Andalucía tiene una innovación muy especial. La Junta de Andalucía está invirtiendo mucho y bien. Tenemos que garantizar el equilibrio del agua con un mix de inversiones entre administraciones. Hemos perdido una oportunidad con los Fondos Next Generation. Tenemos además que hacer una figura que permita la innovación. Y la innovación se hace a través de la OPFH, donde en estos momentos se pueden unir innovación, empresas, agricultores..., es decir, el conocimiento unido a las empresas y a los propios agricultores desde el campo. Y eso va a hacer que hagamos la nueva revolución. Somos una agricultura competitiva, de mercado, y lo que necesitamos es iniciar la nueva revolución, donde sumemos innovación agraria, capacidad de equilibrio del agua con las empresas y con los agricultores, y así vamos a ser éxito absoluto en el futuro. Y con las nuevas técnicas genómicas tenemos que estar preparados para 2028 porque vamos a ser capaces de hacer esa revolución. Y no nos olvidemos de algo fundamental: la economía circular. Intentemos que los procesos que se produzcan de economía circular a través de la agricultura repercutan económicamente en el campo. Convirtamos la agricultura, que ahora mismo es una agricultura muy potente, en una agricultura del futuro sin precedentes, porque ya tenemos la base.





4-6 FEBRERO 2026, BERLÍN

¡Visítanos!

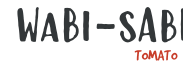
Stand **18C01** en **Hall 18**

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.

granadalapalma.com





Carmen Crespo, MEP and EPP spokesperson on the Committee on Agriculture and Rural Development (AGRI)

“Farmers’ biggest complaint is about the lack of resources”

The EPP spokesperson on the Committee on Agriculture and Rural Development analyses the current situation of the fruit and vegetable sector, maps out its challenges and weaknesses and predicts that today’s agriculture will lead to an unprecedented agrarian revolution. It will be powerful, and Andalucía already has the foundations for it.



Q. How do you evaluate the Andalusian fruit and vegetable sector coming into this new edition of Fruit Logistica?

A. Exports are rising, and there’s greater capacity for innovation, particularly in areas such as water management and sustainability. That said, the sector is heading to the fair with uncertainty surrounding the Common Agricultural Policy (CAP). While financial and institutional support for fruit and vegetable producer organisations from the regional government is guaranteed and underpins future innovation, there are still doubts about

Spain’s ability to provide this funding itself rather than relying on European support, which would be the preferred option.

Q. What challenges does the sector face?

A. Right now, we’ve got some fundamental challenges, such as pests. There’s currently a significant virus affecting peppers, and what we need are tools to eliminate these viruses and pests. The new genomic techniques were approved last December, and I think the Partido Popular has backed them decisively. From 2028, we’ll have new pest-control tools that are essential in light of climate change and future challenges. In this case, the biggest challenges are water, pest issues, and, of course, innovation, with artificial intelligence driving the agrarian revolution of the future.

Q. Given that Spain already has the Fruit Attraction fair, why do you think it’s necessary to attend Fruit Logistica?

A. Fruit Attraction has gained a lot of ground, and that’s clear year after year. But we export mainly across Europe

and beyond, and our key market is Germany. For that reason alone, we’ve got to be there. It’s also a fair in the heart of Europe that attracts all the Nordic countries and countries from around the world, and I don’t think we can afford to waste a single ounce of effort by not taking part.

Q. You mentioned the new CAP. Who does the proposed change benefit, given that there are quite a few complaints and criticisms in the Spanish fruit and vegetable sector?

A. The complaints and criticisms are about the lack of resources. A lot is being allocated to Defence and, at the moment, Spain has returned €60 billion of the Next Generation funds for recovery and resilience without spending them, which is frankly astonishing. That’s money that hasn’t been used for agriculture. With the new CAP, we don’t want a reduction in resources and, above all, we don’t want member states to have the power to set the programmes. They should be defined at European level.

Q. And what justifies changing the CAP if it works well?

A. The fact that we need to allocate more money to Defence, to repay the Next Generation funds and because countries don’t want to contribute more than 1% of their gross domestic product.

Q. French and Catalan farmers have protested against the Mercosur agreement, but the Spanish sector is calm for now. How does it benefit us so that there aren’t more farmer protests?

A. What farmers want is control, because obviously, they want the same parameters to apply elsewhere if we’re cultivating under certain standards here. Right now, they don’t trust it because past agreements weren’t properly monitored. So rather than focusing on one specific agreement, I’m backing the creation of an Import Control Office in Europe to monitor ports. It’s true that any agreement must have very balanced parameters, and safeguard clauses must be fundamental and activated promptly.

Q. At a recent meeting with women farmers in Adra, you announced the Partido Popular’s commitment to setting up an Import Control Office. How is that progressing, and do you think it will happen?

A. The European Commissioner for Trade, Maros Sefcovic, mentioned it, but he hasn’t spoken about it again. I imagine countries are reluctant to lose a certain degree of autonomy over their ports, but I think it’s a mistake not to

create it. Farmers and the sector need data to assess whether agreements are being complied with and to ensure a degree of reciprocity in international agreements. Safeguard clauses need to be very clear, automatic and fast.

Q. How do you explain to a producer that they can't use a certain plant protection product to sell in European markets, while the European Union allows imports of fruit and vegetables from third countries treated with products that are banned here in Spain?

A. That supposedly can't happen. In theory, those products should be banned. All international agreements state that the same cultivation parameters that apply to our producers must apply. Of course, though, that's in theory.

Q. It raises the question of how far the European Union really protects the interests of European producers through its agricultural policy. When it isn't Mercosur, it's a new agreement with Morocco. Is the EU shooting itself in the foot?

A. We have to open ourselves up to the world; we're exporters. Trade agreements in themselves aren't bad because they allow one society to open up to another. Excessive protectionism harms our competitive, market-driven agriculture. This isn't just an EU issue: the European Union is made up of 27 states, and it's the countries themselves that make the decisions more than anyone else.

Q. Why did Europe, instead of enforcing the court rulings against the agreement with Morocco, rush at the last minute to sign a new deal that the sector says is even more harmful to Spanish producers?

A. I think Europe supports the agreement with Morocco, and so does Spain, including Minister Planas. I don't agree, which is why I lodged an objection, mainly because of the lack of control. In my view, it's an agreement that applies during the same seasons as ours, hasn't been properly monitored and isn't beneficial for our producers. We need a different agreement with Morocco, one that is aligned with the needs of both the European Union and Morocco.

Q. With everything that's happening, it feels as though there's never a calm fruit and vegetable season for farmers in Almería...

A. The last few seasons have actually been positive. This year parvispinus caused serious problems, but overall, the campaigns have been good. There are also positive developments at European level that should be recognised. The list of plant protection products is being simplified, new genomic techniques have been approved, and there's now a stronger focus on artificial intelligence, competitiveness and innovation, supported by a €40 billion fund in the new financial framework. A youth strategy has also been launched. I think the Agriculture Commissioner, Christophe Hansen, is doing very positive work and delivering many of the changes we wanted after the Frans Timmermans period.

Q. In recent years, there were doubts about generational renewal in farming, but with modernised crops and new technology, the countryside now seems more attractive...

A. Farming in Almería in particular and across Andalucía has a strong culture of innovation. The Andalusian government is investing heavily and doing so effectively. We need to ensure water balance through a mix of investments by different public bodies. We also missed an opportunity with the Next Generation funds.

We need a framework that truly enables innovation. That innovation is driven through producer organisations for fruit and vegetables, where companies, researchers and farmers can work together. It's about connecting knowledge with businesses and with farmers on the ground. That's what will fuel the next revolution.

We have a competitive, market-oriented agriculture. Now we need to take the next step, combining agrarian innovation with water security, alongside companies and farmers. That's how we'll succeed in the future. With new genomic techniques, we must be ready by 2028, because they'll allow us to deliver that transformation. And we can't forget something fundamental: the circular economy. The circular processes generated by agriculture must translate into real economic returns for rural areas. Agriculture is already strong: now it has the potential to become an agriculture of the future without precedent, because the foundations are already there.

NUTRICIÓN VEGETAL

ORION VÍA LÍQUIDOS SOLUB VÍA

ECOLÓGICO LABORATORIO

VIAGRO
NUTRICIÓN Y SALUD VEGETAL

+ INNOVACIÓN
+ CONFIANZA
viagro.es

15.

Granada en Fruit Logística 2026: lista para liderar

Autor:
Juan Sánchez. Almería

La Diputación de Granada vuelve a reafirmar su compromiso con el sector agroalimentario, actuando como altavoz de la calidad y la innovación que definen el campo granadino

La provincia de Granada acude a Berlín, del 4 al 6 de febrero de 2026, en una nueva edición de Fruit Logística, la feria comercial líder en el mundo para el sector de los productos frescos, con el convencimiento de la gran fortaleza que tiene el sector hortofrutícola granadino.

En este escenario global, que reúne a más de 66.000 profesionales de 145 países, la Diputación de Granada

vuelve a reafirmar su compromiso con el sector agroalimentario, actuando como altavoz de la calidad y la innovación que definen a nuestro campo. Fruit Logística es además el escaparate de la agricultura del futuro. Para 2026, la feria pone el foco en la inteligencia artificial (IA) y la automatización aplicada a la cadena de suministro. Desde invernaderos inteligentes hasta sistemas de riego de pre-



cisión, las cooperativas granadinas asisten a Berlín para conocer estos avances.

Bajo el paraguas de la marca promocional de la Diputación, Sabor Granada, este año de nuevo, acompañamos una delegación compuesta por siete de las más importantes cooperativas hortofrutícolas granadinas. Esta misión no es solo comercial, es también una declaración de intenciones sobre la fortaleza de un modelo económico que sostiene el tejido social de nuestros pueblos y por tanto se convierte en un elemento clave al combatir la despoblación.

Uno de los grandes protagonistas de la presencia granadina en Fruit Logística 2026 vuelve a ser el espárrago verde. Granada no solo es el líder indiscutible en la producción nacional y europea de este cultivo, sino que acude a la cita de 2026 de la mano de la cooperativa con la producción más importante de toda Europa.

Este hito es fruto de la exitosa fusión en el sector en la que la cooperativa Centro Sur absorbió a Espárrago de Granada SCA y Espalorquiana SCA. El resultado ha sido una estructura empresarial sin precedentes que gestiona más de 1.500 hectáreas y comercializa más de 11 millones de kilos. Este 'gigante' cooperativo permite a Granada competir en los mercados internacionales con una solvencia y capacidad de suministro que pocos territorios pueden igualar.

El espárrago verde, emblema del Poniente y la Vega de Granada, cuenta con el respaldo de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Espárrago de Huétor Tájar, un sello que garantiza en Berlín no solo la excelencia culinaria, sino también la protección de prácticas agrícolas tradicionales y una trazabilidad ejemplar exigida por el consumidor global.

Las cooperativas de referencia, que representan la diversidad y potencia del sector hortofrutícola granadino en Berlín son Centro Sur, líder europeo en espárrago verde tras su proceso de consolidación. Granada-La Palma, referente mundial en tomate cherry y especialidades, destacada por su constante innovación. El Grupo (UNICA Group), un ejemplo de integración comercial que potencia la exportación de hortalizas. Los Gallombares, pieza clave en la producción y exportación de espárrago de alta calidad. Procám, especializada en producción ecológica, respondiendo a la creciente demanda de sostenibilidad. Agrícola San Francisco 'Cosafra', fundamental en la comercialización de hortalizas y productos de la Vega. Y Hortovilla S. Coop., agriculto-

res que transforman la tradición en vanguardia para llevar la esencia de su tierra a las mesas de toda Europa.

Las cooperativas asistentes están integradas en Cooperativas Agroalimentarias de Granada (FAECA). El sector del cooperativismo agrario reunido bajo este paraguas genera cerca de 9.000 empleos directos y más de 45.000 indirectos, consolidándose como la columna vertebral de la economía provincial.

La participación en Fruit Logística 2026 llega tras un ejercicio, el 2025, marcado por la resiliencia. A pesar de los desafíos climáticos persistentes, las tensiones internacionales, la volatilidad de los precios y el aumento de los costes de producción (energía, transporte y materias primas), el sector ha demostrado una capacidad de adaptación asombrosa.

El modelo cooperativo ha sido y sigue siendo el escudo protector frente a estas turbulencias. Al concentrar la oferta -el 90% de la producción de espárrago, por ejemplo, se gestiona a través de cooperativas- los agricultores granadinos pueden defender mejor el precio en origen e invertir en las tecnologías necesarias para mitigar los efectos del cambio climático y la sequía. Este modelo además ayuda a poder vender con garantías y permite asistir a ferias de esta envergadura en mejores condiciones.

El apoyo de la Diputación en esta edición 2026 se traduce en una estrategia de promoción integral. La marca 'Sabor Granada' actúa como un sello de confianza que avala el esfuerzo de los agricultores granadinos. Al participar en eventos de esta magnitud, la Diputación respalda el papel esencial de las estructuras cooperativas en el desarrollo del ámbito rural. El empleo que estas empresas crean y garantizan en nuestros municipios es la herramienta más eficaz para mantener vivo el tejido productivo de las comarcas granadinas.

El sector agroalimentario de Granada ha confirmado que su futuro no se improvisa, sino que se construye colectivamente. La participación en Fruit Logística 2026 es un paso más en este viaje hacia el reconocimiento global. Con el espárrago verde como punta de lanza y la unión de las cooperativas como motor, Granada acude a Berlín con la seguridad de quien ofrece lo mejor de su tierra al mundo.

La unidad de los agricultores, el respaldo de la Diputación y la eficiencia de los gestores cooperativos son su mejor garantía de éxito en un mercado global cada vez más exigente. Granada está lista para liderar.



eurofins | SiCA AgriQ

Asegura la calidad de tus productos. Especialistas en análisis de plaguicidas

Solicita tu análisis hoy mismo

sicaagriq@ftib.eurofins.com
+34 950 554 36



Granada, ready to lead at Fruit Logistica 2026

The Granada provincial council once again reaffirms its commitment to the agrifood sector, acting as an advocate for the quality and innovation that define the province's countryside



The province of Granada will be present in Berlin from 4 to 6 February 2026 for a new edition of Fruit Logistica, the world's leading trade fair for the fresh produce sector, confident in the strength of the province's fruit and vegetable industry.

At this global event, which brings together more than 66,000 professionals from 145 countries, the Diputación de Granada provincial council is once again underlining its support for the agri-food sector, serving as an advocate for the quality and innovation that characterise the Andalusian countryside.

It's therefore apt that Fruit Logistica is a showcase for the agriculture of the future. For 2026, the fair is focusing on artificial intelligence and automation applied to the supply chain. From smart greenhouses to precision irrigation systems, Granada's cooperatives will be in Berlin to learn about these advances firsthand.

Under the umbrella of the council's promotional brand, Sabor Granada, a delegation made up of seven of the prov-

ince's leading fruit and vegetable cooperatives will once again attend this year. This mission is not only commercial, it's also a clear statement of intent about the strength of an economic model that supports the social fabric of Granada's towns and villages and therefore plays a key role in tackling depopulation.

One of the standout products of Granada's presence at Fruit Logistica is once again green asparagus. Granada is not only the undisputed national and European leader in the production of this crop, but will also attend the 2026 event alongside the cooperative with the largest asparagus output in Europe.

This milestone is the result of a successful merger within the sector, in which Centro Sur absorbed Espárrago de Granada SCA and Espalorquiana SCA. The outcome is an unprecedented business structure that manages more than 1,500 hectares and markets over 11 million kilos of produce. This cooperative 'giant' allows Granada to compete in inter-

national markets with a level of reliability and supply capacity that few regions can match.

Green asparagus, an emblem of the Poniente and Vega areas of Granada, is protected under the European Union's Protected Geographical Indication (PGI) scheme. This seal guarantees not only culinary excellence in Berlin but also the protection of traditional farming practices and exemplary traceability, both of which are increasingly demanded by global consumers.

The leading cooperatives representing the diversity and strength of Granada's fruit and vegetable sector in Berlin are: Centro Sur, Europe's top green asparagus producer following its consolidation; Granada-La Palma, a global benchmark for cherry tomatoes and other specialties, renowned for constant innovation; UNICA Group, a model of commercial integration that boosts vegetable exports; Los Gallombares, a key player in the production and export of high-quality asparagus; Procam, specialised in organic production to meet growing sustainability demands; Agrícola San Francisco 'Cosafra', essential in marketing vegetables and products from the Vega; and Hortovilla S. Coop., farmers who transform tradition into innovation to bring the essence of their land to tables across Europe.

All participating cooperatives are part of Cooperativas Agroalimentarias de Granada (FAECA). Under this umbrella, Granada's agricultural cooperatives generate around 9,000 direct jobs and more than 45,000 indirect jobs, consolidating themselves as the backbone of the provincial economy.

Their participation in Fruit Logistica 2026 follows a resilient 2025. Despite ongoing climate challenges, interna-

tional tensions, price volatility and rising production costs (energy, transport and raw materials), the sector has shown remarkable adaptability.

The cooperative model has been and continues to be a protective shield against these challenges. By centralising supply – for example, 90% of asparagus production is managed through cooperatives – Granada's farmers can better defend farm-gate prices and invest in technologies to mitigate the effects of climate change and drought. This model also makes it possible to sell with confidence and attend fairs of this scale under stronger conditions.

The Diputación de Granada's support for the 2026 edition translates into a comprehensive promotion strategy. The Sabor Granada brand acts as a seal of trust, recognising the effort of local farmers. By participating in events of this magnitude, the provincial council underscores the essential role of cooperative structures in rural development. The employment these companies create and maintain in our municipalities is the most effective tool to sustain the productive fabric of Granada's rural areas.

Granada's agri-food sector has shown that its future is not left to chance but built collectively. Participation in Fruit Logistica 2026 is another step towards global recognition. With green asparagus as its spearhead and cooperative unity as its engine, Granada goes to Berlin confident it can offer the very best of its land to the world.

A united front among farmers, the provincial council's backing and the efficiency of cooperative management are the region's best guarantee of success in an increasingly demanding global market. Granada is ready to lead.

Comprometidos con la calidad

En Indasol, llevamos más de 30 años cuidando y mimando nuestro compromiso con la calidad y el sabor de nuestros productos, para que lleguen al consumidor con todas las garantías.





16.

Almería, la ciudad que decidió cultivar su futuro

Autor:
Juan Sánchez. Almería

La capital presenta en Fruit Logística VRUTAL, el gran evento de la gastronomía verde y la agricultura que transformará el centro esta primavera

Hay ciudades que se definen por sus monumentos, otras por sus servicios, su industria, historia... Almería es tan humilde y poderosa a la vez como una planta verde que crece bajo un mar de luz para ofrecer sabor y salud en forma de tomate. No es una metáfora. Pocas capitales de provincia en Europa pueden afirmar que dentro de su propio término municipal se extienden más de 3.000 hectáreas de invernaderos solares para alimentar a medio continen-

te. Almería no solo convive con la agricultura: la respira, la produce, la investiga y la exporta, la vive y la ama con pasión.

En un momento en el que las ciudades buscan nuevos relatos para diferenciarse, Almería posee uno que no necesita artificios. Su paisaje agrícola es un recordatorio de que aquí la innovación no es un eslogan, sino una práctica diaria. Empresas como Casi, Unica, Agropoint o Caparrós

operan desde el propio municipio, convirtiendo a la ciudad en un nodo comercial, logístico y productivo de primer orden. A su alrededor, un ecosistema científico y tecnológico -PITA, Tecnova, Coexphal, la Universidad de Almería y próximamente el 'Smart Green Cube' de la Junta de Andalucía- sostiene un modelo agrícola que ha sabido reinventarse sin perder su esencia.

Es justo esa esencia la que Almería lleva a Fruit Logística 2026. No solo como potencia productora y exportadora, sino como territorio que ha decidido convertir su identidad agrícola en un motor cultural, gastronómico y urbano. La herramienta para hacerlo se llama VRUTAL, el gran evento de la gastronomía verde y la agricultura que transformará el centro de la ciudad esta primavera.

Del campo al centro

VRUTAL no nace de la nada. Es el hermano extrovertido y divertido de VESTIAL, el Congreso Internacional de Gastronomía Verde, que ya ha situado a Almería en el mapa de la cocina vegetal de vanguardia, con sus dos ediciones de 2023 y 2025. Mientras VESTIAL volverá en 2027 con su enfoque profesional, VRUTAL ocupa el año intermedio para abrir las puertas de la gastronomía verde a almerienses y visitantes. Es un puente entre el campo y la ciudad, entre la ciencia y el sabor, entre el productor y el consumidor.

El evento desplegará su energía en espacios emblemáticos del centro: Paseo de Almería, Puerta Purchena, Mercado Central, Casa de las Mariposas, Espacio Sabores Almería.... Allí convivirán showcookings, talleres infantiles, degustaciones, música en directo, charlas divulgativas, concursos y experiencias inmersivas. No se trata solo de mostrar productos, sino de contar historias: la del agricultor que innova, la del chef que experimenta, la del niño que descubre que los tomates no crecen en el supermercado.

El Ayuntamiento de Almería, impulsor del proyecto, entiende VRUTAL como una oportunidad estratégica. No es un evento más en el calendario, sino una forma de reforzar un mensaje que la ciudad quiere proyectar hacia Europa porque "Almería produce alimentos, pero también conocimiento, cultura y experiencias. La agricultura no es un sector aislado, sino un elemento vertebrador de la sociedad y el futuro de nuestra ciudad y provincia pasa por seguir siendo lo que siempre hemos sido, pero contándolo mejor y nadie duda de que en ese futuro nuestro campo tiene mucho que decir", afirma la alcaldesa, María del Mar Vázquez, quien acompañará un año más al agro almeriense a Berlín junto al concejal de Agricultura, Juanjo Segura.

Paseo de la Gastronomía

La propuesta incluye además una iniciativa inédita, como es la creación de un Paseo de la Gastronomía en el entorno del Mercado Central, un homenaje permanente a los grandes nombres de la cocina vegetal que participen en VRUTAL y en VESTIAL. Un gesto simbólico que convierte la ciudad en un museo vivo de la gastronomía verde.

En Fruit Logística, el gran mercado europeo de las frutas y hortalizas, Almería quiere presentarse con un relato renovado. No solo como el mejor proveedor de vegetales frescos, sino como una ciudad que ha sabido transformar su modelo agrícola en un proyecto social, cultural y sostenible. VRUTAL es la prueba de que Almería no se conforma con producir, además, quiere inspirar, emocionar y liderar.

Porque hay ciudades que se reinventan mirando hacia fuera. Almería lo hace mirando hacia dentro, hacia sus invernaderos, sus productores, su talento y su capacidad para convertir la agricultura en una forma de vida contemporánea. Y en 2026, esa historia se contará en las calles de la capital... y en los stands de Fruit Logística.





Almería, the city that chose to cultivate its future

The provincial capital will promote VRUTAL, the major green gastronomy and agriculture event set to transform the city centre this spring, at Fruit Logística this year

Some cities are defined by their monuments, others by their services, industry or history... Almería is both humble and powerful at the same time, like a green plant growing beneath a sea of light, offering up flavour and health in the form of a tomato. That's not just a metaphor. Few provincial capitals in Europe can say that more than 3,000 hectares of solar greenhouses stretch across their own municipal boundaries to feed half a continent. Almería doesn't simply live alongside agriculture: it breathes it, produces it, researches it and exports it. It lives it and loves it with a passion.

Innovation here is not a slogan but a daily practice. Companies such as Casi, Unica, Agroponiente and Caparrós operate from within the municipality itself, turning the city into a leading commercial, logistics and production hub. Around them, a scientific and technological ecosystem, including PITA, Tecnova, Coexphal, the University of Almería and, soon, the Andalucía regional government's Smart Green Cube, supports an agricultural model that has reinvented itself without losing its essence.

It's precisely that essence that Almería will take to Fruit Logística 2026. Not only as a production and export power-



At a time when cities are searching for new stories to set themselves apart, Almería already has one that needs no embellishment. Its agricultural landscape is a reminder that

house, but as a place that has chosen to turn its agricultural identity into a cultural, gastronomic and urban engine. The tool for doing so is called VRUTAL, the major green gastron-

omy and agriculture event that will transform the city centre this spring.

From the fields to the city centre

VRUTAL didn't appear out of nowhere: it's the outgoing and playful sibling of VESTIAL, the International Green Gastronomy Congress, which has already put Almeria on the map of cutting-edge plant-based cuisine with its 2023 and 2025 editions.

While VESTIAL will return in 2027 with its professional focus, VRUTAL fills the intervening year by opening the doors of green gastronomy to local residents and visitors alike. It acts as a bridge between the fields and the city, between science and flavour, between producer and consumer.

The event will spread its energy across landmark spaces in the city centre, including the Paseo de Almería, Puerta Purchena, the central market, the Casa de las Mariposas and the Sabores Almería space. These venues will host live cooking demonstrations, children's workshops, tastings, live music, accessible talks, competitions and immersive experiences. The aim is not simply to display products, but to tell stories, such as that of the farmer who innovates, the chef who experiments and the child who discovers that tomatoes do not grow in the supermarket.

Almeria city council, the driving force behind the project, sees VRUTAL as a strategic opportunity: it's not just another date on the calendar, but a way to reinforce the message the city wants to project across Europe. As mayor María del Mar Vázquez puts it: "Almeria produces food, but it also produces knowledge, culture and experiences. Agri-

culture isn't an isolated sector; it's the backbone of society, and the future of our city and province lies in continuing to be what we've always been, but telling our story better. And no one doubts that our countryside has a great deal to say about that future." The mayor will once again accompany Almeria's agricultural sector to Berlin, alongside the councillor for Agriculture, Juanjo Segura.

Gastronomy walk

The plan also includes a unique initiative: the creation of a Paseo de la Gastronomía (gastronomy walk) around the central market. It will serve as a permanent tribute to the leading figures in plant-based cuisine who take part in VRUTAL and VESTIAL. This symbolic gesture will turn the city into a living museum of green gastronomy, celebrating culinary innovation while connecting the streets with Almeria's agricultural roots.

At Fruit Logistica, Europe's leading fruit and vegetable marketplace, Almeria wants to present itself with a renewed narrative... not only as a top supplier of fresh produce, but as a city that has successfully transformed its agricultural model into a social, cultural and sustainable project. VRUTAL is proof that Almeria is not content merely to produce; it also wants to inspire, move people and lead.

Some cities reinvent themselves by looking outwards; Almeria does so by looking inwards, towards its greenhouses, producers, talent and its ability to turn agriculture into a contemporary way of life. And in 2026, that story will be told on the streets of the provincial capital... and on the stands of Fruit Logistica.

Hall 18
Stand A-11

FRUIT
LOGISTICA

Berlín 4 | 5 | 6 Febrero



Bio Sabor
AGRICULTURA ECOLÓGICA

17.

Cajamar consolida su acompañamiento al sector hortofrutícola en Fruit Logística

Autor:
Juan Sánchez. Almería

La entidad es referente del sector agroalimentario tanto en financiación como en transferencia de conocimiento e innovación a través de su Ecosistema de Innovación Agroalimentaria

Fruit Logística, la principal feria internacional dedicada a la comercialización de frutas y hortalizas frescas, una cita imprescindible para los agentes de toda la cadena de valor del sector hortofrutícola contará de nuevo con la asistencia de los directivos de Cajamar para acompañar un año más al sector hortofrutícola almeriense. La entidad financiera ha participado en todas las ediciones del certamen, consolidando su apoyo continuo a una actividad estratégica para la economía española.

La delegación de Cajamar, encabezada por su presidente, Eduardo Baamonde, junto al vicepresidente primero, José Luis Heredia; el vicepresidente segundo, Bartolomé Viúdez; el director general, Sergio Pérez; el subdirector ge-

neral, Jesús Vargas, y el director territorial de Almería, Sergio Ruiz, entre otros directivos de la entidad, acompañará a las empresas almerienses que participan en la feria, que acuden a este foro para mostrar su capacidad productiva, la calidad y la diferenciación de sus productos al mercado internacional.

Un modelo de relación ligado al sector

Desde sus orígenes, la vinculación de la entidad con la agricultura y la industria agroalimentaria va más allá del ámbito estrictamente financiero, impulsando la generación y transferencia de conocimiento y la innovación a través actividades de investigación, apoyo técnico, talleres, webinars,



herramientas digitales para la optimización de insumos y publicaciones, entre otros, con especial atención al sector hortofrutícola.

A medida que la actividad agraria ha evolucionado, también lo ha hecho la forma en que Cajamar se relaciona con ella, incorporando nuevos servicios y herramientas orientados a mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sector. Así, en la actualidad cuenta con un Ecosistema de Innovación Agroalimentaria de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional.

Gracias a su especialización en el ámbito agroalimentario, Cajamar se ha convertido en una de las entidades financieras de referencia del sector en España, con una cuota superior al 15 %, desarrollando productos y servicios adaptados a las necesidades específicas de agricultores, cooperativas y empresas.

El próximo mes de abril se cumplirán 60 años desde la apertura de la primera oficina de Cajamar. Hoy, la en-

proyectos de investigación, en su mayoría de carácter internacional y bajo esquemas de colaboración público-privada. Y que, durante el pasado año, recibieron más de 3.700 visitantes.

La generación y difusión de conocimiento especializado también ha mantenido un ritmo constante, con la publicación de siete monografías agroalimentarias y dos nuevos números de la colección Mediterráneo Económico, consolidada como una referencia en el análisis económico y agroalimentario del arco mediterráneo.

En el ámbito digital, Plataforma Tierra se ha afianzado como un espacio de referencia para profesionales y empresas del sector. Actualmente ofrece más de 30 informes de mercado, superando las 54.000 descargas gracias a los 28.000 suscriptores con los que cuenta y sus más de 1,2 millones de visitas anuales. Su actividad divulgativa se refuerza con la celebración, en 2025 de casi 160 eventos presenciales, seminarios web y cursos online que han congregado a más



tividad cuenta con más de 950 oficinas y ventanillas rurales distribuidas por todas las provincias del territorio nacional, además de 12 oficinas móviles itinerantes que proporcionan servicios financieros a 78 localidades de entre 170 y 1.500 habitantes. Esta extensa red garantiza que sus profesionales conozcan la realidad y necesidades de cada uno de los territorios donde desarrolla su actividad, ofreciendo a sus clientes una atención personalizada y cercana.

Innovación, conocimiento y transferencia al sector

Conforme a su misión, propósito de actuación y orígenes de acompañar al sector agroalimentario en su transformación hacia modelos más eficientes, competitivos y sostenibles, Cajamar ha continuado ampliando durante 2025 el alcance de su entorno de innovación. La actividad investigadora sigue siendo uno de sus pilares, con los centros experimentales de Cajamar Las Palmerillas en El Ejido (Almería) y Paiporta (Valencia), implicados en casi un centenar de

de 11.700 profesionales del sector agroalimentario, favoreciendo el intercambio de experiencias y conocimiento.

Por su parte, Cajamar Innova, la Incubadora de Alta Tecnología del Agua, continúa desempeñando un papel clave en el impulso al emprendimiento innovador. Hasta la fecha ha contribuido a la creación de 96 startups y ha promovido numerosas alianzas estratégicas. Además, la segunda convocatoria de su plataforma agrotech ha registrado 80 candidaturas y, como novedad, se ha puesto en marcha la primera convocatoria foodtech, que ya cuenta con 45 proyectos presentados.

Estos resultados son fruto del trabajo colaborativo y de la capacidad de sumar talento y conocimiento, con el objetivo de consolidar uno de los ecosistemas agroalimentarios más relevantes de Europa y seguir aportando respuestas innovadoras a los grandes retos del sector en el siglo XXI, como es el de alimentar cada vez a más millones de personas utilizando menos recursos.



Cajamar steps up its support for the fruit and vegetable sector at Fruit Logística

The bank has established itself as a key player in the sector, supporting businesses through tailored financing and the transfer of knowledge and innovation via its Agrifood Innovation Ecosystem

Fruit Logística, the leading international trade fair for the marketing of fresh fruit and vegetables and a must-attend event for all players across the horticultural value chain, will once again be attended by Cajamar's senior management. Having taken part in every edition of the event, the bank will be present for yet another year to support Almería's fruit and vegetable sector, reinforcing its long-standing backing for an activity that is strategic to the Spanish economy.

The Cajamar delegation will be led by its president, Eduardo Baamonde, alongside first vice-president José Luis Heredia, second vice-president Bartolomé Viúdez, chief executive Sergio Pérez, deputy chief executive Jesús Vargas and Almería territorial director Sergio Ruiz, among other senior executives. They will accompany the Almería-based companies exhibiting at the fair, which attend to showcase their production capacity, quality and product differentiation to international markets.

A relationship model closely linked to the sector

Since its beginnings, the bank's ties with agriculture and the agrifood industry have gone beyond finance alone. Cajamar promotes the generation and transfer of knowledge and innovation through research activities, technical support, workshops, webinars, digital tools to optimise inputs and specialist publications, among others, with a particular focus on the fruit and vegetable sector.

As agricultural activity has evolved, so too has Cajamar's approach, adding new services and tools designed to improve efficiency and sustainability across the sector. Today, it operates a nationally and internationally recognised Agrifood Innovation Ecosystem.

Thanks to its specialisation in agrifood, Cajamar has become one of Spain's leading financial institutions for the sector, with a market share of more than 15 per cent. It develops products and services tailored to the specific needs of farmers, cooperatives and businesses.

In April, Cajamar will mark 60 years since the opening of its first branch. The bank now has more than 950 branch-

es and rural service counters across all Spanish provinces, as well as 12 mobile offices that provide financial services to 78 towns with populations ranging from 170 to 1,500. This extensive network ensures its professionals understand the realities and needs of each area where it operates, allowing Cajamar to offer close, personalised service to its customers throughout Andalucía and beyond.

Innovation and knowledge-sharing across the sector

In line with its mission, purpose and origins of supporting the agrifood sector in its transition towards more efficient, competitive and sustainable models, Cajamar continued to expand the reach of its innovation environment throughout 2025. Research remains one of its core pillars, with Cajamar's Las Palmerillas experimental centres in El Ejido (Almería) and Paiporta (Valencia) involved in almost 100 research projects, most of them international and developed under public-private partnership frameworks. Over the past year, these centres also welcomed more than 3,700 visitors.

The generation and dissemination of specialist knowledge also maintained a steady pace, with the publication of seven agrifood monographs and two new issues of the *Mediterráneo Económico* series, now firmly established as a benchmark for economic and agrifood analysis across the Mediterranean region.

In the digital sphere, Plataforma Tierra has strengthened its position as a go-to platform for professionals and companies in the sector. It currently offers more than 30 market reports and has recorded over 54,000 downloads, supported by 28,000 subscribers and more than 1.2 million visits each year. Its outreach work was further boosted in 2025 by the organisation of almost 160 in-person events, webinars and online courses, bringing together more than 11,700 agrifood professionals and encouraging the exchange of experience and knowledge.

Meanwhile, Cajamar Innova, the High Technology Water Incubator, continues to play a key role in fostering innovative entrepreneurship. To date, it has helped to create 96 startups and has promoted numerous strategic partnerships. In addition, the second call for applications to its agrotech platform attracted 80 entries, and, as a new development, the first foodtech call has been launched, with 45 projects already submitted.

These results reflect collaborative work and the ability to bring together talent and expertise, with the aim of consolidating one of Europe's most significant agrifood ecosystems and continuing to deliver innovative responses to the sector's major challenges in the 21st century, including the need to feed a growing global population while using fewer resources.



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.



18.

Autor:
Juan Sánchez. Almería

Diputación proyecta en Berlín la imagen de Almería asociada a la máxima excelencia agrícola

La Institución Provincial arroja en la capital alemana a las empresas de la provincia que participan en Fruit Logística para mostrar la fortaleza del sector y difundir la marca 'Sabores Almería'



El modelo agrícola almeriense se sitúa una vez más como el referente indiscutible en Fruit Logística, el epicentro global donde se definen las estrategias del comercio hortofrutícola. En la nueva edición, que se celebra del 4 al 6 de febrero en Messe Berlín, la Diputación de Almería arropará y acompañará a las empresas de la provincia como embajadora de la innovación y la sostenibilidad que definen el agro almeriense con el valor añadido del paraguas de excelencia que representa la marca gourmet 'Sabores Almería'.

La presencia de la Institución Provincial en el gran foro alemán se presenta como una alianza estratégica para garantizar que el esfuerzo de los productores y agricultores almerienses se traduzca en acuerdos comerciales sólidos. La Diputación viaja con el objetivo de defender la sostenibilidad del campo almeriense, exigiendo marcos de competencia justos y el acceso a recursos hídricos garantizados, pilares fundamentales para mantener el prestigio de Almería en los mercados más exigentes de Europa.

La delegación provincial de esta edición de Fruit Logística estará formada por el vicepresidente, Ángel Escobar, y el diputado provincial Antonio J. Rodríguez, que mostrarán a las empresas almerienses el respaldo de la institución y el marchamo de calidad que otorga la marca 'Sabores Almería' como elemento diferenciador en reuniones de trabajo y encuentros entre administraciones, de forma especial ante potenciales agentes comerciales internacionales.

En este sentido, Ángel Escobar afirma que «el agro almeriense es una de nuestras mejores tarjetas de presentación en el mundo, así como un modelo sostenible económica y medioambientalmente. Desde la Diputación mostramos nuestro incon-

dicional apoyo al sector y nos sumamos a sus reivindicaciones en asuntos tan importantes como la competencia desleal, la venta a precios justos, la calidad y seguridad agroalimentaria, el Thrips parvispinus y otras amenazas, el agua o la incertidumbre que generan acuerdos como Mercusur».

Asimismo, Escobar recuerda que citas profesionales como las de Berlín «suponen una buena oportunidad para que la marca 'Sabores Almería' siga creciendo y dándose a conocer tanto entre agentes del sector como público general. Nos encontramos en el mejor momento de la historia de la marca gourmet de la provincia como hitos recientes como la tienda física, la tienda online y el crecimiento de las empresas a través de la internacionalización y en 2026 confiamos en que siga creciendo y consolidándose en nuevos mercados».

Por último, Ángel Escobar pone en valor el trabajo que la Diputación Provincial lleva a cabo en beneficio del sector agrícola, que representa el principal tejido productivo de la provincia. En esta línea el vicepresidente subraya las inversiones estructurales que la Institución está ejecutando en la provincia, destacando la modernización de la red de comunicaciones agrícolas a través del Plan de Caminos Rurales, dotado con 14 millones de euros; la mejora constante de las infraestructuras hídricas para optimizar cada gota de agua; el impulso a la digitalización del sector para mantener la vanguardia competitiva.

Con este despliegue, la provincia de Almería no solo asiste a una feria, sino que reafirma su posición como la despensa más saludable, eficiente y tecnológica del mundo ante los principales operadores globales, la cuna de la dieta mediterránea donde se cultiva y exporta salud a todo el mundo.



**Desde la tierra, hasta el
comercio internacional,
con **garantía y experiencia.****

Calle IV, 14 Polígono La Redonda
(04710) Santa María del Águila - El Ejido (ALMERÍA)
administracion@maeseuropa.com
639 319 115



Almeria brings its model of agricultural excellence to Berlin

The provincial council is supporting local companies at Fruit Logística by highlighting the strength of the sector and promoting the Sabores Almería brand in the German capital

The Almeria agricultural model once again stands out as the undisputed benchmark at Fruit Logística, the global hub where fruit and vegetable trade strategies are shaped. At the latest edition, taking place from 4 to 6 February at Messe Berlin, the Diputación de Almería (provincial government) will support and accompany companies from the province, acting as an ambassador for the innovation and sustainability that define the area's agriculture. This backing comes under the added seal of excellence represented by the Sabores Almería gourmet brand.

The presence of the Diputación at the leading German trade fair is presented as a strategic alliance to ensure that the efforts of Almeria producers and farmers translate into solid commercial agreements. The provincial council travels with a clear aim: to defend the sustainability of Almeria agriculture by calling for fair competition frameworks and guaranteed access to water resources. These are essential pillars for maintaining Almeria's prestige in Europe's most demanding markets.

The provincial delegation at this year's Fruit Logística will be led by vice president Ángel Escobar and provincial councillor Antonio J. Rodríguez. They will show local companies the institution's backing and the quality seal provided by the Sabores Almería brand as a key differentiator in working meetings and institutional encounters, especially with potential international commercial partners.

In this context, Ángel Escobar said that "the agriculture of Almeria is one of our best calling cards worldwide and a model that's both economically and environmentally sustain-

able. The provincial council gives its unconditional support to the sector and stands alongside it in its demands on major issues such as unfair competition, fair pricing, food quality and safety, Thrips parvispinus and other threats, water, and the uncertainty created by agreements such as Mercosur".

Escobar also noted that professional events such as the Berlin fair "are a great opportunity for the Sabores Almería brand to keep growing and becoming better known among both industry professionals and the general public. We're at the pinnacle in the history of the province's gourmet brand, with recent milestones like the physical shop, the online store and company growth through internationalisation. In 2026, we're confident it'll continue to grow and consolidate in new markets".

Finally, Escobar highlighted the work carried out by the Diputación in support of the agricultural sector, the province's main productive backbone. He underlined the structural investments currently under way, including the modernisation of the agricultural road network through the Rural Roads Plan, with a budget of 14 million euros, ongoing improvements to water infrastructure to make the most of every drop, and a strong push for digitalisation to keep the sector at the competitive forefront.

With this strong showing, Almeria is not simply attending a trade fair: it's reaffirming its position before the world's leading operators as the healthiest, most efficient and most technologically advanced larder on the planet, the cradle of the Mediterranean diet where health is grown and exported worldwide.



APOYANDO LAS MANOS QUE TRABAJAN NUESTRA TIERRA

Granada llena de vida



Diputación
de Granada



**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