



MEMORIA COEXPHAL 24 / 2025



COEXPHAL
unidos exportando futuro

CULTIVOS DE
INVERNADERO





COEXPHAL
unidos exportando futuro

CARTA DEL PRESIDENTE

Cuando hagamos memoria de la campaña 2024/2025 pensaremos que ha supuesto un incremento tanto en precios como en volumen comercializado. Aunque el comportamiento del campo almeriense ha mejorado respecto al ejercicio anterior, como sector debemos mantenernos atentos a diversos desafíos.

Para empezar, la competencia internacional continúa creciendo, especialmente Marruecos, que ha superado los problemas de la pasada campaña y está en vías de mejorar aún más su logística y su disponibilidad de agua. Mientras nuestros competidores se desarrollan, los mercados se restringen: Rusia se perdió hace más de una década, el Reino Unido resulta cada vez menos rentable, las perspectivas en EE.UU. son limitadas y Asia sigue siendo un mercado difícil de penetrar.

Tampoco hay que perder de vista la productividad. Los costes, aunque esta campaña se han moderado, arrastran una importante subida el último lustro, por lo que son necesarios mayores rendimientos para mantener la rentabilidad.

Además, esta campaña destaca la alta incidencia del *trips parvispinus*, afectando significativamente a los cultivos. La higiene rural, siempre esencial, se vuelve ahora imprescindible para preservar tanto la calidad como la cantidad de la producción.

El área de los recursos humanos representa un desafío constante. Por un lado, el marco regulatorio cambia constantemente y los costes laborales siguen aumentando. Sin embargo, esto no se traduce en un mejor clima laboral: el sector enfrenta escasez de mano de obra y elevados niveles de absentismo en los almacenes. Esta situación enlaza con una creciente tendencia a auto-

matizar procesos que tradicionalmente han sido manuales para la confección y envasado.

Observamos con preocupación el nuevo marco financiero de la PAC 2028-2035, porque desmonta el mercado único europeo. Nosotros defendemos un presupuesto común y específico de la PAC, ni nacionalizado ni mezclado con otras políticas. En COEXPHAL seguimos de cerca la evolución de las negociaciones políticas y daremos la batalla por mantener la que ha sido la más exitosa de las políticas comunitarias.

Para enfrentar el desafío de la modernidad, hace unos años apostamos por el Centro de Innovación Tecnológica - CIT COEX. Es ya un área madura, con personal cualificado, unas magníficas instalaciones, y como un plus al trabajo innovador que desarrolla, muestra al sector hortofrutícola almeriense como un sector moderno, innovador, profesional y dinámico.

Para terminar quiero rendir homenaje a D. Antonio Estévez, primer presidente de COEXPHAL, cuya reciente pérdida nos apena. El mejor tributo a su legado es continuar con la visión que nos transmitió: trabajar unidos y en colaboración para fortalecer el sector y nuestro entorno social.

Confiamos en que esta memoria refleje fielmente el esfuerzo colectivo realizado para cumplir esa misión durante la campaña 2024/2025.

Atentamente,

Atentamente,
Juan Antonio González Real



COEXPHAL



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carta del
Presidente
Pág 5

La Asociación
Pág 8

Junta Directiva
Pág 10

Organigrama Grupo COEXPHAL
Pág 11

Dirección de Negocios
Pág 12

Hechos de Campaña
Pág 14

Unidos Exportan Futuro

Actividades por Departamentos
Pág 24

CIT COEX / Cátedra COEX-UAL
Pág 29

Actividades LABCOLOR
Pág 38



Resultados de la campaña
Pág 45

Seguimiento de la
competencia en tomate

Pág 49

Análisis exportación

Pág 50

COEXPHAL en cifras

Pág 58

do

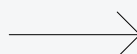


Asociados

Pág 102

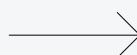
Directorio

Pág 104



Pimiento

Pág 64



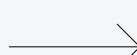
Tomate

Pág 68



Pepino

Pág 72



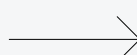
Calabacín

Pág 76



Berenjena

Pág 80



Sandía

Pág 84



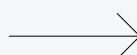
Melón

Pág 88



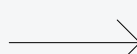
Lechuga

Pág 92



Naranja

Pág 94



Ecológico

Pág 96



Ornamental

Pág 100



COEXPHAL



LA ASOCIACIÓN



1977

Constitución COEXPHAL
Negociación Convenio
Colectivo
Apoyo a la exportación

LABCOLOR

Control LMR
Seguridad alimentaria

'88

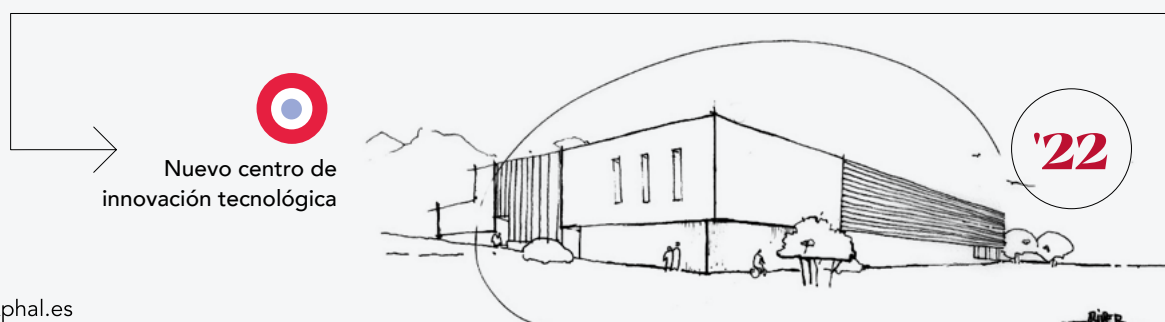
1996

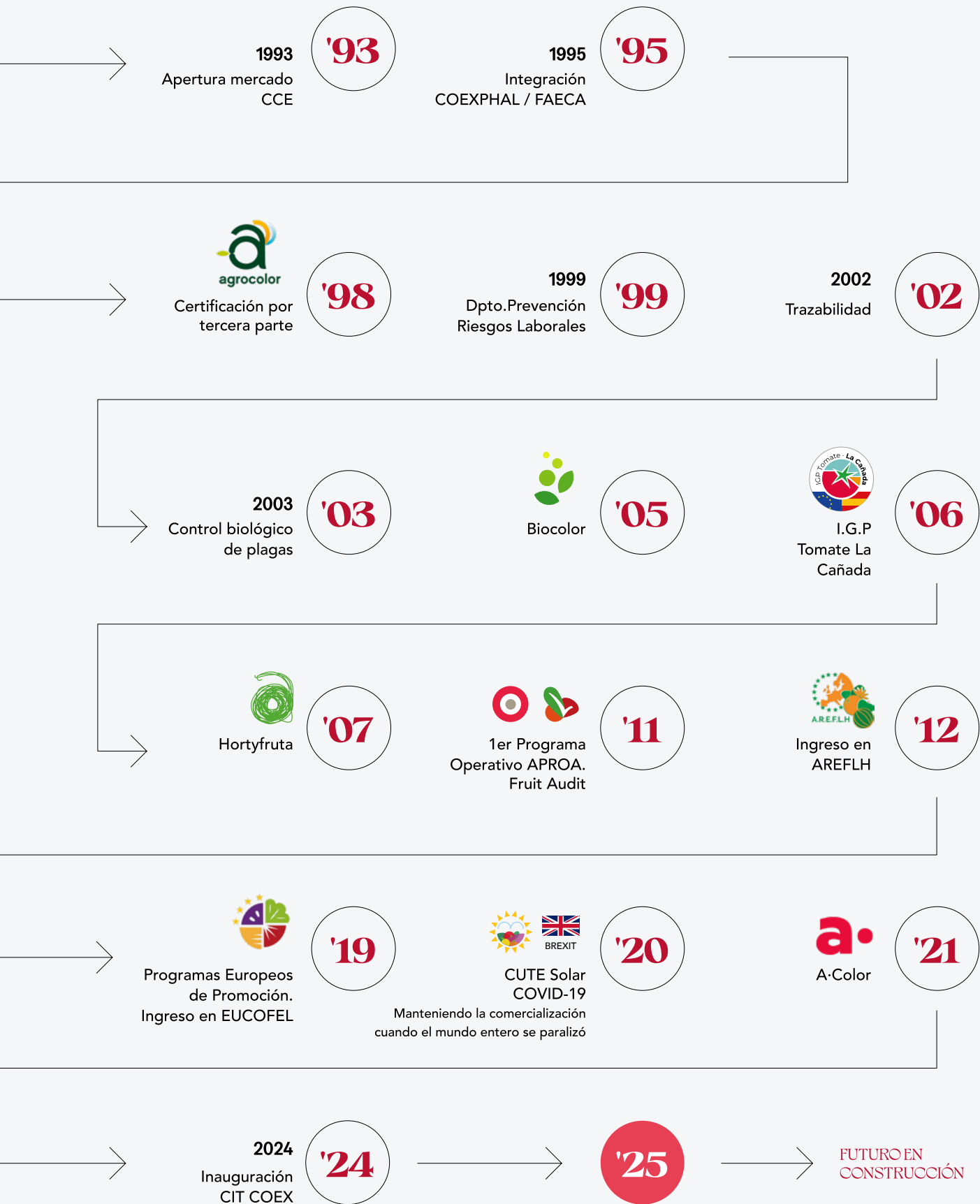
Normalización
Promoción de la
concentración de oferta

'96

COEXPHAL es la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de la provincia de Almería, aunque tiene ámbito nacional, se encuentra formada en la actualidad por 103 empresas productoras y comercializadoras de frutas y hortalizas y 40 empresas del sector ornamental, contando con una representatividad a nivel provincial del 70 % en exportación, el 60 % en producción hortofrutícola y un 75 % en producción ornamental. En la campaña 2024-2025 los asociados han comercializado un volumen total de 2.907.117 toneladas, de las que 1.553.733 toneladas han sido destinadas a la exportación.

La totalidad de la comercialización procede de 11.000 agricultores, cuya producción se cultiva en 33.300 hectáreas de las que unas 25.000 son invernadas. Dichos horticultores dan, a su vez, trabajo a cerca de 60.000 personas que proceden de 150 nacionalidades diferentes, entre los que se encuentran trabajadores de difícil inserción laboral como son, mujeres sin formación, inmigrantes, personas mayores de 45 años y personas con discapacidad.





COEXPHAL



JUNTA DIRECTIVA



TESORERO
2023-2027



SECRETARIO
2021-2025

COEXPHAL
unidos exportando futuro



VICEPRESIDENTE
2024-2028

VOCALES

Agroponente Natural
Produce, S.L.
2023-2027

BioSabor, S.A.T.
2023-2027

Casi, S.C.A.
2023-2027

Natursur, S.C.A.
2021-2025

Costa de Níjar, S.A.T.
2024-2028

Ejidomar, S.C.A.
2024-2028

Ferva, S.A.T.
2021-2025

Hortamar, S.C.A.
2024-2028

Inver, S.A.T.
2023-2027

Las Hortichuelas, S.A.T.
2021-2025

Murgiverde, S.C.A.
2021-2025

Nature Choice, S.A.T.
2023-2027

Vicasol, S.C.A.
2024-2028

Dunamar, S.A.T.
2021-2025

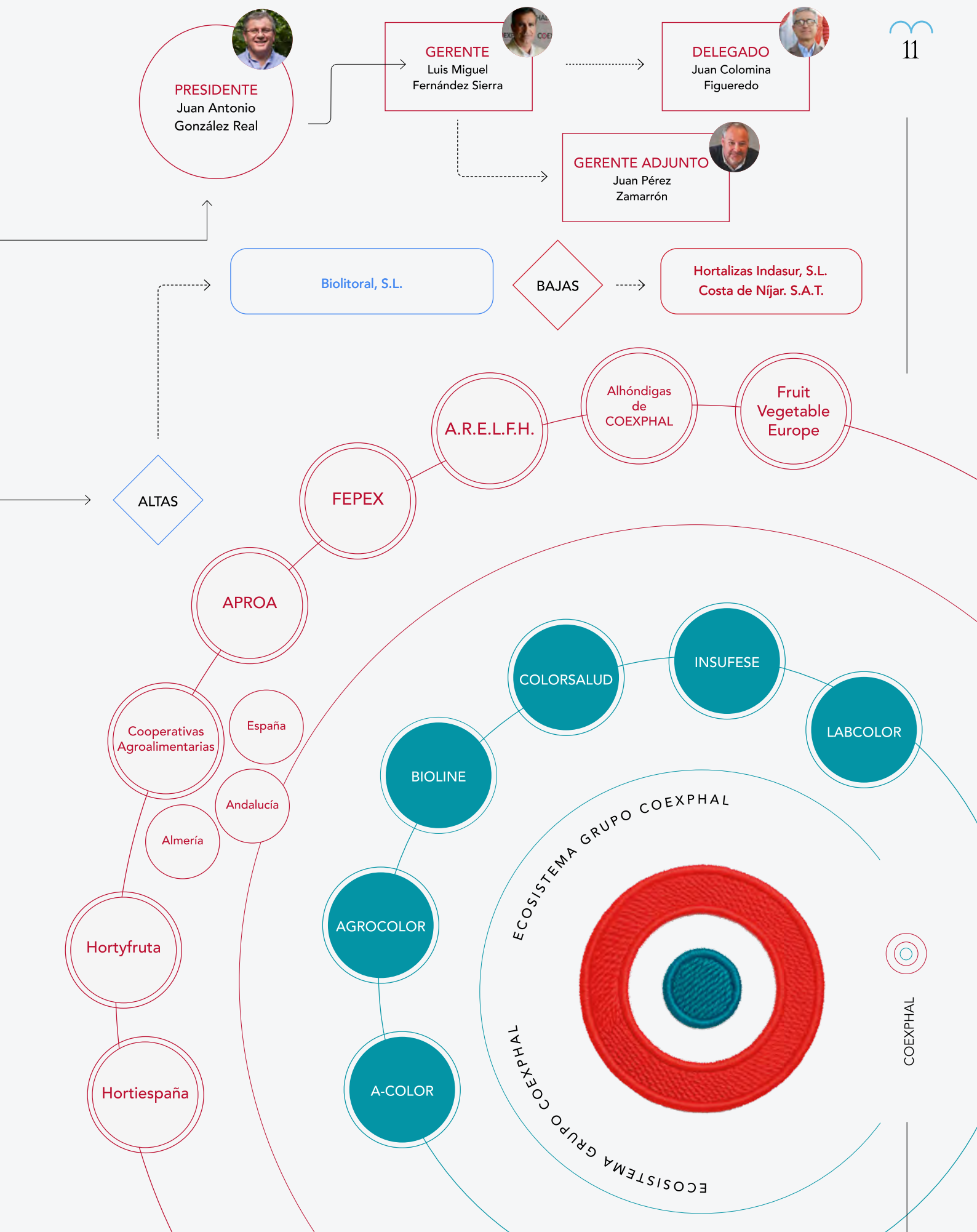
Hortofrutícola Mabe,
S.A.T.
2021-2025

Primaflor, S.A.T.
2024-2028

VOCAL ZONA NORTE
Agrupapulpi. S.A. 2021-2025

VOCAL AIRE LIBRE
Primaflor. S.A.T. 2024-2028

//// Causa baja





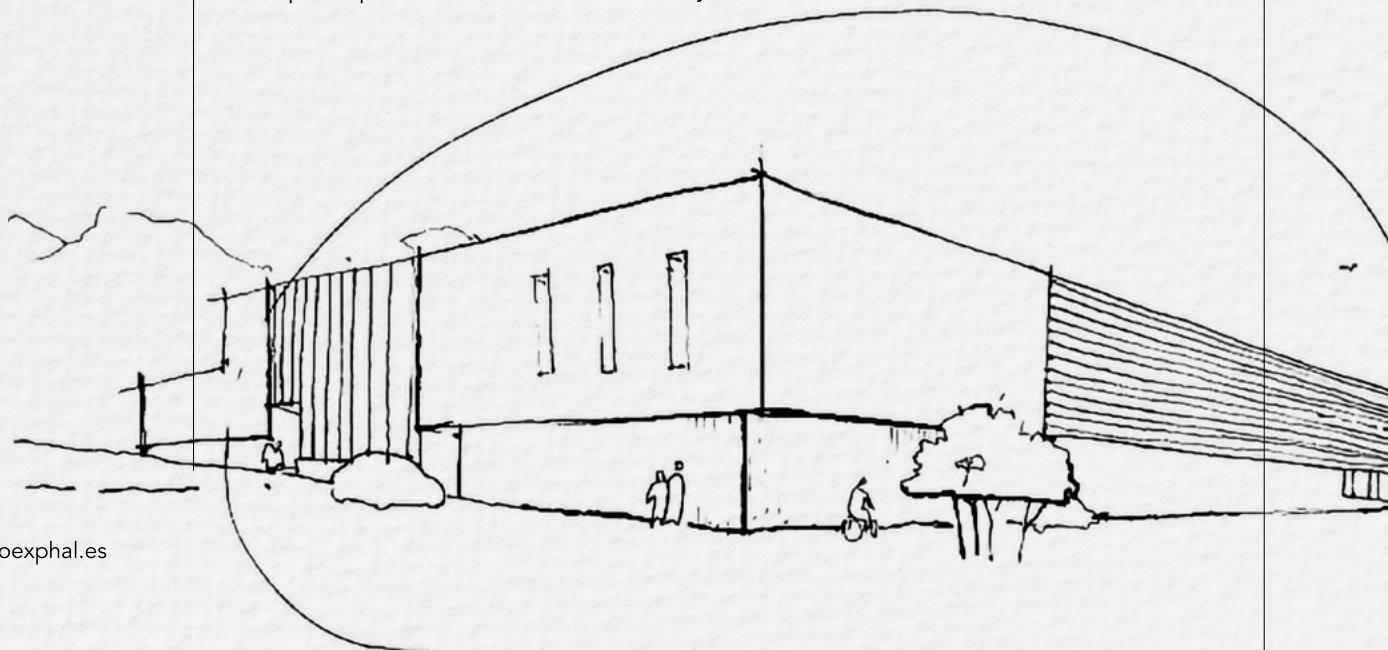
Escuchar y dar soluciones

Tenemos claro que “nuestros socios deben ocuparse de cultivar y vender hortalizas; para todo lo demás, Coexphal debe ser capaz de darle la mejor respuesta”; por esa razón, desde 1977 COEXPHAL fue creando diferentes unidades de servicio que surgían a la vez que el sector evolucionaba. Hoy nos encontramos con un grupo de empresas especializadas, que se enumeran en las siguientes páginas y que abarcan servicios de consultoría, prevención, laboratorio, ingeniería, ciberseguridad, jurídicos, viajes, formación, comunicación, marketing, ... que están obligadas a dar el mejor porque sus clientes son a su vez sus dueños: todos los socios de Coexphal.

Desde la nueva dirección de negocio nos planteamos para la campaña que empieza tres directrices: Estar a la vanguardia de los servicios que se ofertan al sector agroalimentario; conocer las tendencias que repercutirán en que nuestros socios sean competitivos y estar alerta ante los requerimientos y normativas para dar una respuesta adecuada en cada caso.

Además, reforzaremos la colaboración entre las distintas unidades de servicio para fomentar una sinergia que multiplique el valor ofrecido a nuestros socios. Apostamos por una gestión más integrada, donde la información fluya con agilidad y permita tomar decisiones estratégicas basadas en datos reales y actualizados. Esta visión compartida nos permitirá anticiparnos a los retos del sector, optimizar recursos y consolidar una red de apoyo sólida, eficiente y comprometida con el crecimiento sostenible de cada empresa asociada.

Esperamos que la campaña 2025-2026 sea buena en producción y precios; desde negocio estaremos caminando al lado de las empresas para que su rentabilidad sea la mejor.





COEXPHAL
EN CIFRAS

Empresas

143

Representamos el 65% de producción
hortofrutícola y el 75% ornamental

+ 360

Empleados

Empresas /
Clientes en
Europa y
América

+ 5.000

generan 60.000 empleos
directos

Agricultores

11.000

Toneladas

2.900.000

destinadas 1.554.000
a exportación

70%

de
representati-
vidad

a nivel provincial en la producción
hortofrutícola y un 75 % en ornamental

Hectáreas

33.200

24.900 invernadas
y 8.300 aire libre

+ 200

Servicios

diferentes
para industria
agroalimentaria



HECHOS
DE CAMPAÑA

FERIAS Y EVENTOS

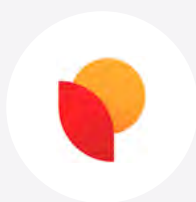
1. Fruit Attraction 2024: del 8 al 10 de octubre, 2024

→ Como en años anteriores COEXPHAL-APROA gestionó una zona agrupada en el Pabellón 9 de Ifema. Esta zona estuvo conformada por 36 empresas de Almería y Granada que sumaron una superficie expositora de 2.600 metros cuadrados, el espacio más amplio del evento.



2. Iberflora 2024: la 53ª edición se celebró del 1 al 3 de octubre de 2024

→ El sector ornamental de COEXPHAL acudió con un stand de 200 m², y por primera vez bajo la marca PLANTAESPAÑA, que representa a 40 productores y comercializadores de las provincias de Almería y Granada y cultivan más de 1.000 variedades de plantas y flores.



COEXPHAL

3. Fruit Logistica 2025: del 5 al 7 de febrero

→ COEXPHAL estuvo presente en la feria de Berlín con un stand de 12 metros cuadrados en el Pabellón 18, para dar cobertura y apoyo a sus asociados, tanto a los que exponen como los que acuden como visitantes. COEXPHAL aprovechó su presencia en Fruit Logistica, para presentar un informe del mercado del pimiento en España y más pormenorizado sobre el que se produce y comercia desde Almería.

4. Vestial 2025: del 26 al 28 de febrero

→ El II Congreso Internacional de Gastronomía Verde, VESTIAL 2025, ha confirmado el auge y posibilidades que tienen las frutas y hortalizas en la cocina española e internacional. En esta edición de 2025 reunió a 19 Estrellas Michelin, 2 Estrellas Verdes y 21 Soles Repsol, un elenco de los mejores chefs de vegetales del mundo, incluidos en la Guía We Are Smart. Esta edición logró una asistencia de más de 2.000 personas durante los dos días que duró el evento.



5. Infoagro Exhibition 2025: del 21 al 23 de mayo

→ COEXPHAL participó en la Infoagro Exhibition con un espacio de 48 metros cuadrados compartidos con su laboratorio LABCOLOR, que mostró los avances en la detección de plaguicidas; la certificadora AGROCOLOR y el Servicio de Prevención Ajeno de Prevención de Riesgos Laborales COLORESALUD, S.L. Cada entidad tuvo su espacio diferenciado donde atendió a todos los clientes.



6. Día del Cooperativismo 2025

→ Más de 200 personas celebraron en Adra el día del Cooperativismo bajo el lema, "Las cooperativas construyen un mundo mejor", poniendo de manifiesto este modelo basado en valores que priorizan a las personas por encima del capital, y que promueven un desarrollo económico más justo, inclusivo y sostenible.



EN DEFENSA DEL SECTOR

Estrategias para combatir las prácticas desleales en los productos de las cooperativas hortícolas directamente a los consumidores y a través de redes minoristas

→ Participamos en un seminario junto con cooperativistas de la Unión de asociaciones nacionales de cooperativas Ramura de Rumanía y de HollandDoor Cooperative U.A. para identificar las prácticas desleales y defender una postura común de los agricultores europeos.

Los participantes rumanos y holandeses aprovecharon su estancia en Almería para conocer nuestro modelo agrícola de la mano de los investigadores del CIT.



PREMIOS



1. Medalla de la Agricultura

→ COEXPHAL tuvo el honor de ser distinguida con la primera **Medalla de la Agricultura** de la historia de la Diputación Provincial de Almería. La institución provincial incorporó por primera vez esta categoría con el objetivo de otorgar al sector hortofrutícola el reconocimiento público y social que se merece por su gran contribución como motor de creación de riqueza y empleo en la provincia.

2. Premio a la investigación

→ La prestigiosa revista científica *Agriculture* premió un artículo de investigadores almerienses, entre ellos Cynthia Giagnocavo (Cátedra COEXPHAL-UAL), Jan van der Blom y Eduardo Crisol Martínez (COEXPHAL), Miguel de Cara García (IFAPA), Mónica González



(Fundación Cajamar), Juan José Melchor (LABCOLOR-COEXPHAL), Ignacio Marín Guirao (IFAPA), Sepide Mehrabi (UAL) y Estefanía Rodríguez (IFAPA).

El artículo ponía al modelo de producción almeriense como ejemplo emblemático de sistema alimentario más sostenible gracias al control biológico, la restauración ecológica, la salud del suelo y la gestión ecológica de balsas de riego.

3. Premio ÍCARO

→ COEXPHAL recibió este premio sobre Prácticas Curriculares de Máster por ser la entidad que ha incorporado al mayor número de estudiantes en prácticas. La Asociación lleva desde 2002 colaborando con la UAL en la formación e inserción laboral, y desde esa fecha hasta la actualidad se han formado cerca de 300 estudiantes.



JORNADAS



1. COEXPHAL / ASISA

→ COEXPHAL y Asisa celebraron la I Jornada sobre **Salud Laboral** de los Profesionales del Agro, en el marco de la conmemoración del X Aniversario del Convenio de Salud suscrito entre ambas organizaciones en noviembre de 2014 para la asistencia sanitaria de trabajadores y asociados del sector hortofrutícola de Almería.

2. Amenaza del *Thrips Parvispinus*

→ Los cultivos de pimiento en esta campaña se han visto afectados por la presencia de *Thrips parvispinus* y *Tetranychus urticae* (araña roja). COEXPHAL ha organizado distintas jornadas dirigidas a los profesionales del campo para informar sobre las mejores estrategias de control y tomar nota de posibles mejoras de cara a las próximas campañas.



3. Congreso "Del Suelo a la Mesa" sobre desinfección de suelos y seguridad alimentaria

→ Más de 300 especialistas de todo el país se dieron cita en el Palacio de Congresos de Aguadulce, Roquetas de Mar, donde se puso de manifiesto la relevancia de la seguridad alimentaria, pilar esencial para asegurar la calidad y sostenibilidad de los productos agrícolas.



4. Adaptación a la legislación de envases

→ COEXPHAL informó sobre la adhesión al Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP). La adhesión de los asociados de COEXPHAL a este sistema responde a la necesidad de cumplimiento por parte de las entidades de las obligaciones estipuladas en el Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases, que establece que las compañías que pongan en el mercado español envases deberán responsabilizarse de la organización y financiación de la gestión de los residuos que generen a partir del 1 de enero de 2025.

5. Jornada IFCO

→ COEXPHAL convocó a los responsables de IFCO para informar sobre el programa QuickCycle y mejorar las condiciones de implantación entre los asociados de Almería.

6. Corredor Mediterráneo

→ En una reunión en el CIT COEX, se analizó el nuevo panorama ferroviario de la provincia de Almería y su potencial para el sector agroalimentario. El evento, titulado **'El Futuro Corredor Mediterráneo con el Poniente. Oportunidad para pasajeros y mercancías'**, sirvió para aclarar dudas y debatir mejoras en las comunicaciones de la provincia.

7. Curso de Verano UAL-COEXPHAL

→ La Asociación ha codirigido el curso "La alimentación en el siglo XXI" que busca fomentar una dieta saludable promoviendo el consumo de productos locales. A través de formación teórica y práctica, los participantes pudieron conocer las propiedades de las frutas y hortalizas almerienses y su impacto en la salud, y cómo integrarlas de forma equilibrada en su alimentación diaria.



NOMBRAMIENTOS



Cecilio Peregrin, nuevo presidente de FEPEX.

→ La Asamblea de FEPEX eligió nuevo presidente a Cecilio Peregrín González, (actual director corporativo de PRIMAFLOUR). El presidente de COEXPHAL, Juan Antonio González Real ya presidía el Consejo Sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agroalimentarias de España. Se consolida así la representación del sector hortícola almeriense a nivel nacional.

Andalucía preside la AREFLH (Asamblea de las Regiones Hortofrutícolas Europeas)

→ COEXPHAL, miembro de AREFLH desde 2012, ha promovido este nombramiento que ha recaído en el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, el almeriense

Ramón Fernández Pacheco. Además, el gerente adjunto Juan Pérez Zamarrón, ha sido elegido miembro del Colegio de Productores.

Comité Europeo de las Regiones

→ COEXPHAL celebra el nombramiento del presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, como nuevo presidente del Comité Europeo de las Regiones, organismo que da voz directa a los territorios dentro del marco institucional de la UE.

ORNAMENTAL

1. Plantaespaña

→ Durante esta campaña, la sección ornamental de COEXPHAL ha dado un paso decisivo con el lanzamiento de su nueva marca: PLANTAESPAÑA. Esta iniciativa marca un hito en la estrategia del sector ornamental al consolidar una identidad propia que pone en valor la calidad, diversidad y sostenibilidad de la producción española. PLANTAESPAÑA no solo representa una marca, sino una plataforma integral de promoción y visibilidad para el sector, respaldada por una ambiciosa estrategia digital. A través de su página web oficial www.plantaespana.es y una presencia activa en redes sociales como Instagram, Facebook y LinkedIn, se



busca conectar con consumidores, profesionales y distribuidores, posicionando a las plantas ornamentales españolas como referentes en el mercado nacional e internacional.

MERCADO EE.UU.

→ Hasta el 16 de enero, habíamos enviado un millón de kilos de pimiento al mercado estadounidense. Pero la administración norteamericana cerró las exportaciones abruptamente el día 17, imponiendo nuevas condiciones. COEXPHAL inmediatamente se puso en contacto con el Ministerio para colaborar en la respuesta al nuevo Plan de Trabajo y el Protocolo que debían enviar a APHIS. Además, creamos un fondo fiduciario para cubrir el coste de las nuevas inspecciones requeridas por los inspectores de EE.UU. También brindamos asesoramiento a nuestras empresas asociadas para ayudarlas a adaptarse a los nuevos y más restrictivos requisitos, que no solo implicaban cambios documentales, sino también costosas reformas estructurales. Gracias al esfuerzo y la rápida organización, logramos completar todas las inspecciones en un tiempo récord. Como resultado de todo este trabajo, la campaña se reanudó solo tres semanas después de su suspensión.

PAC

→ A finales de campaña la Comisión ha presentado la PAC para el periodo 2028-2035 con un recorte superior al 20% del presupuesto respecto al periodo anterior y la pérdida del carácter común de la política, al delegar su gestión a los Estados miembros. COEXPHAL cree que la propuesta debilita la seguridad alimentaria, la sostenibilidad rural y la cohesión europea, y trabajamos para que se modifique la orientación presentada. Por ahora, la posición de los europarlamentarios sí está alineada con el sector.

PROMOCIÓN

1. "No hay verano sin..."

→ Es el lema de la campaña con la que COEXPHAL promocionó un año más la sandía de la provincia de Almería. En esta ocasión la sandía llegó al consumidor bajo el eslogan "No hay verano sin... La Primera Sandía Europea", para resaltar la importancia de la sandía y poner de relieve que no hay verano sin esta deliciosa fruta. La campaña se centró en las sandías cultivadas en los invernaderos solares de Almería durante la primavera, extendiéndose posteriormente a los cultivos al aire libre.



COEXPHAL

2. Es de Invernadero. Segundo año.

→ El programa de promoción 'Es de Invernadero. Frutas y Hortalizas Sostenibles de Europa', puesto en marcha por HORTIESPAÑA, ha celebrado el "Congreso InVerdadero: El futuro no es fake, es sostenible" y actividades como tours escolares y de creadores de contenido, campañas con degustaciones, publicidad y acciones en redes sociales, entre otras.

ACUERDO MARRUECOS

→ COEXPHAL, FEPEX y EUCOFEL se reunieron en Bruselas con la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea para abordar la pérdida de competitividad del tomate español. Solicitaron la aplicación efectiva de las sentencias del TJUE que excluyen los productos del Sáhara Occidental de beneficios arancelarios y exigen su identificación de origen. Igualmente denunciaron deficiencias en el Acuerdo UE-Marruecos y solicitaron la revisión del acuerdo, el control de origen y una mayor transparencia.



→ COEXPHAL exige el cumplimiento de las sentencias europeas y defiende la producción comunitaria. Europarlamentarias españolas denunciaron perjuicios al sector del tomate español por falta de control en importaciones y evasión fiscal, y exigieron medidas de reciprocidad, identificación de origen y compensaciones económicas. FEPEX y EUCOFEL asistieron a la sesión como parte de sus acciones para defender la producción comunitaria y exigir el cumplimiento de las sentencias europeas..

OTROS HECHOS

1. Efectos de la DANA 28 de octubre

→ La terrible tormenta de granizo y viento que asoló el este de España a finales de octubre de 2024 afectó también a los invernaderos de Almería en un momento clave de la campaña, cuando ya estaba toda la inversión realizada y cuando los volúmenes de comercialización estaban alcanzando cantidades importantes. En la provincia, la Junta de Andalucía estimó que la DANA dañó más de 4.200 hectáreas de superficie invernada en El Ejido y Dalías.



COEXPHAL



2. El Servicio de Prevención Mancomunado (SPM) de COEXPHAL cumplió 25 años

→ Celebró este aniversario junto al sector productor y comercializador de frutas y hortalizas. El SPM de COEXPHAL nació en 1999 para que los asociados dieran cumplimiento a la normativa en prevención, y fue pionero ya que en ese momento no existían servicios especializados en dicha materia.

3. Nuevas reglas de envasado europeas

→ Tras dos años de debate, ha generado preocupación entre productores y empresas de exportación hortofrutícola. La normativa europea y la española difieren en obligaciones, plazos, etiquetado, etc. Es clave la armonización de reglas a favor del mercado único.

4. Falleció Don Antonio Estévez

→ El sector hortofrutícola de Almería perdió a uno de sus pioneros Antonio Estévez Criado, quien asumiera la primera presidencia de la recién creada COEXPHAL, allá por 1977, cargo que ocupó hasta 1981.



5. Extensión de norma

→ El Comité de Crisis de HORTYFRUTA, tras analizar la situación del mercado, tuvo que activar esta herramienta hasta en cinco ocasiones para calabacín verde, berenjena negra y pepino largo.

6. COEXPHAL crea una sección de empresas mercantiles

→ Para dar voz a las empresas mercantiles de la asociación. La nueva sección está presidida por Imanol Almudí, CEO de Agroponente, junto a dos vicepresidencias: Francisco Salinas, director general de Zoi Agrícola, y Mabel Salinas, adjunta a la Dirección de Caparrós Nature. La creación de esta nueva sección



responde también a la voluntad de dotar de representación propia a este perfil empresarial y ya cuenta con 33 empresas comercializadoras. Con 1.415 millones de euros de facturación conjunta y 945 millones de kg de frutas y hortalizas comercializadas. Aglutinan 9.273 hectáreas cultivadas por 6.236 agricultores.

7. Apagón eléctrico

→ El apagón eléctrico de finales de abril en toda España y Portugal causó incidentes en los asociados. Las empresas y cooperativas de COEXPHAL demostraron, una vez más, su fortaleza y resiliencia para seguir satisfaciendo la demanda de sus clientes. Gracias a los grupos electrógenos se pudieron mantener las cámaras frigoríficas y los productos frescos no sufrieron ningún daño; sin embargo, algunas empresas de transformación a IV y V gama sí tuvieron pérdidas económicas considerables.

8. Impulso a la IA

→ Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía y COEXPHAL impulsan la Inteligencia Artificial en el sector almeriense, a través de jornadas formativas y de un proyecto para evaluar la madurez digital de las entidades participantes y proporcionar formación especializada en IA a su personal.

9. Convenio del campo

→ Se ha publicado el convenio del campo. COEXPHAL es miembro desde hace años del comité negociador del convenio colectivo del campo.

10. Ciber ataques y fraudes por suplantación de identidad y chantajes para recuperación de datos y servidores

→ Ante la avalancha de ataques que se están produciendo durante esta campaña 24/25 en empresas del sector por parte de hackers, COEXPHAL ha reforzado durante este año su compromiso con la innovación y la ciberseguridad, ofreciendo a sus asociados un canal directo para compartir conocimientos, necesidades del sector, implementar soluciones tecnológicas y afrontar los retos del sector de manera colaborativa.





ACTIVIDADES POR DEPARTAMENTOS



GERENCIA

- Representación y defensa de los intereses del sector productor y comercializador hortofrutícola y de plantas vivas.
- Dirección y coordinación de los departamentos y empresas participadas con la estrategia sectorial.



VIAJES

- Tarifas negociadas con las principales cadenas hoteleras y con empresas de alquiler de vehículos.
- Gestión de los viajes del personal de las empresas asociadas.
- Organización de viajes de grupos de final de campaña para las empresas asociadas.
- Realización de excursiones radiales para los socios de las empresas.



- Organización logística para asistir a las siguientes ferias:
 - Fruit Atracción (Madrid): 450 personas.
 - Iberflora (Valencia): 64 personas.
 - Salón del Gourmet (Madrid).
 - Fruit Logística (Berlín): 210 personas.
 Vuelo chárter propio y otras compañías aéreas.
- Biofach (Nuremberg).
- Beneficio de reservar con el Departamento de Viajes: 5 % descuento en los viajes vacacionales particulares al colectivo COEXPHAL.

SERVICIO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES MANCOMUNADO



- Control de prevención de riesgos laborales a 46 empresas.
- Realización de evaluaciones de riesgos, planes de prevención, planes de emergencia, investigación de accidentes, etc., así como, asesoramiento continuo y actualizado que incluye la asistencia ante la Inspección de Trabajo y demás administraciones competentes.
- Cobertura en prevención a 7.536 trabajadores: formación e información en PRL.
- Servicio especializado en el sector, trato personal y continuo con los asociados, estando muy pendiente de sus necesidades y de sus dificultades, facilitándoles la implementación de la prevención en la empresa.

DPTO. DE FORMACIÓN



Organización de cursos y jornadas:
Principales áreas formativas.

Cursos más demandados

- **Calidad:** GLOBALG.A.P., BRC, IFS, Springt, leaf Marque, ...
- **Prevención de Riesgos Laborales:** Carretilero, prevención por puestos, investigación de accidentes, Evacuación y Emergencias. Seguridad Alimentaria: Manipulador de alimentos, APPCC, Fitopatología, Food defense.
- **Seguridad Alimentaria:** Manipulador de alimentos, APPCC, Fitopatología, Food defense.
- **Producción:** Plaguicidas, Agricultura ecológica-biodinámica, control del clima.
- **Otros:** Primeros Auxilios, Comunicación, Liderazgo, LGTBI en el entorno laboral, Sensibilización y prevención en violencia sexual.

Se han impartido unos 330 cursos/jornadas formando a 8.000 alumnos y alumnas.



SEGUROS



- Convenio de seguro de salud con Asisa y Adeslas con condiciones beneficiosas para las empresas asociadas y sus agricultores.
- Correduría de seguros propia con descuentos: INSUFESE.

DEPARTAMENTO DE RR.HH Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



- 1.611 trámites de Extranjería.
- Agencia de colocación. En la actualidad hay 9.931 usuarios inscritos en la agencia y 439 ofertas de trabajo gestionadas, esta campaña se inscribieron 545 nuevos demandantes de empleo.
- Servicio de Gestión Laboral: 18 empresas, con 7.020 nóminas en la campaña. 50 prácticas profesionales gestionadas.
- Coordinación de la retirada de 3.134.614 kilos de frutas y hortalizas para distribución gratuita.
- Organización de Coexplay en 20 colegios llegando a 1.550 escolares.

Acciones de Responsabilidad Social Corporativa:

- Colaboración con FAAM en Camino de Santiago para 20 personas gravemente afectadas.

- Colaboración con FAAM en Camino de Santiago para 20 personas gravemente afectadas.
- Colaboración con CRUZ ROJA en el Sorteo de ORO 2025, Cadena de Favores y Apadrina un niño/a (Reyes Magos).
- Colaboración con el Teléfono de la Esperanza

Proyectos de economía social

- Conociendo el sector agroalimentario en 7 colegios de la provincia llegando a unos 600 escolares para los cursos de 3º y 4º primaria.
- Organización de 5 visitas a diferentes cooperativas con Institutos de educación secundaria, bachillerato y FP, para la promoción de las cooperativas agroalimentarias como fuentes de empleo, riqueza y difusión de los valores de la economía social, llegando a 500 estudiantes.
- Elaboración de un código de buenas prácticas en Igualdad a una cooperativa de menos de 50 personas trabajadoras.

PRENSA Y COMUNICACIÓN



Servicio de Gabinete Comunicación para asociados:

- Resumen de prensa diario.
- Reportajes fotográficos.
- Pieza vídeo.
- Entrevistas.
- Notas de prensa y comunicados.



- Artículos de opinión.
- Ruedas de prensa.
- Boletines informativos.
- Diseño gráfico.
- Organización de eventos.
- Diseño y construcción de stand para ferias profesionales.
- Proyectos llave en mano.

Gestión de Redes Sociales COEXPHAL

- Instagram: 1.938 seguidores
- Facebook: 1249 seguidores
- LinkedIn: 5.425 seguidores
- Twitter: 3.583 seguidores

Revista Aenverde.es

- Instagram: 1.739 seguidores
- Facebook: 6.434 seguidores
- LinkedIn: 3.444 seguidores
- Twitter: 2.435 seguidores

laboral, seguridad social, administrativo, subvenciones, AICA).

- Accidentes laborales tramitación en vía civil, penal, laboral y contencioso, desde la inspección de trabajo hasta sentencia judicial en su caso.
- Registro, oposición y renovaciones de marcas.
- Formamos parte de la comisión de negociación del convenio nacional del campo y de la comisión negociadora del convenio de manipulado.

AYUDAS

JURÍDICO



- Asesoramiento jurídico y asistencia a juicios en materia civil, laboral, contenciosa, mercantil.
- Prestación del servicio de canal externo de denuncias, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 2/23 de protección al denunciante.
- Interposición y tramitación de procedimientos contencioso-administrativos en materia de Fondos Operativos.
- Tramitación de expedientes sancionadores (plaguicidas,



- Consultoría técnica especializada a las organizaciones de productores asociadas en la tramitación y seguimiento de sus Programas Operativos, con una inversión conjunta de más de 160 millones de euros y una ayuda solicitada superior a los 70 millones de euros para más de 40 OPFH ubicadas en Andalucía.
- Gestión, ejecución del Programa Operativo Parcial de la AOP APROA.
- Adaptación y tramitación de ayudas en el nuevo marco de la PAC 2023–2027: ayudas directas, Pago Básico, ecorregímenes, ayuda redistributiva, ayuda



complementaria a jóvenes y pequeños agricultores.

complementaria a jóvenes y pequeños agricultores.

- Asesoramiento y tramitación de ayudas del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Next Generation UE), con enfoque en eficiencia energética y digitalización.
- Asesoramiento y tramitación de otras ayudas nacionales o autonómicas: a la contratación y el empleo, prevención de riesgos laborales, ayudas por desastres naturales como la DANA o sequía, modernización de explotaciones.
- Participación activa en la elaboración de alegaciones técnicas y jurídicas ante proyectos normativos de ayudas públicas para garantizar la compatibilidad entre fondos y defender los intereses del sector hortofrutícola

INTELIGENCIA DE MERCADOS



- Elaboración de más de 550 informes y análisis de mercado a medida para los asociados.
- Envío de 250 boletines con información diaria con los aspectos más destacados del sector.
- Actualización diaria de subastas a tiempo real de Almería, Holanda y Bélgica (2.500 subastas de campaña).
- Actualización diaria de precios ponderados de las alhóndigas

más importantes de Almería (1.000 informes de campaña).

- Elaboración de la memoria estadística anual.
- Elaboración del directorio anual de Cooperativas Agroalimentarias.
- Recopilación y tratamiento de datos para organismos públicos y otras entidades, Cooperativas Agroalimentarias o las interprofesionales Hortiespaña y Horthyfruta.

PLANTAESPaña

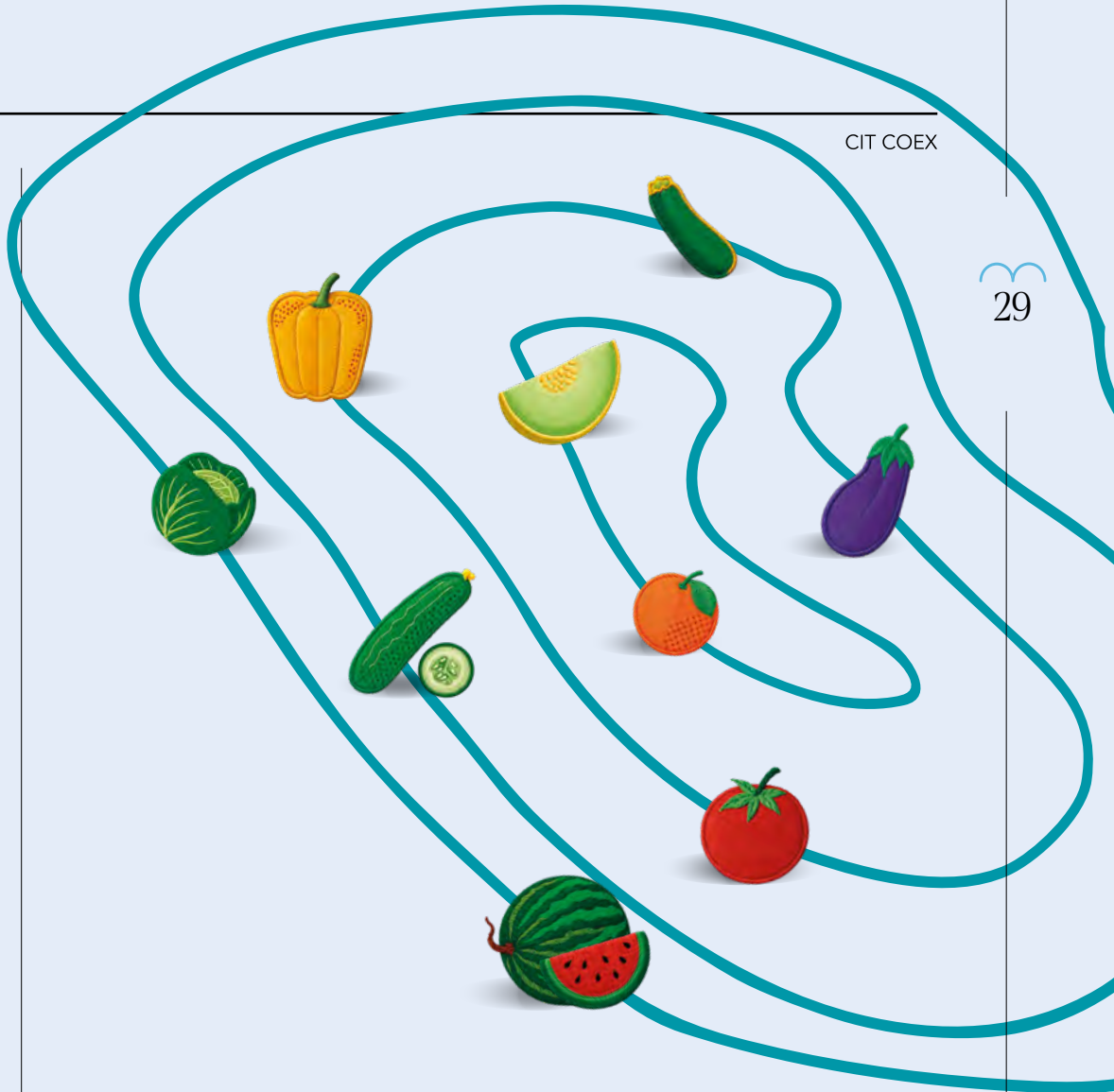


- Desarrollo y ejecución a nivel nacional, a través de Plantaespaña, de campañas de promoción de Planta Ornamental.
- Coordinación del Comité Técnico Ornamental.
- Participación en Iberflora 2024 y coordinación con la Feria para la edición de 2025.
- Participación en el Comité Técnico de plantas y flores de Fepex.
- Colaboración con IFAPA en la ejecución de proyecto formativo especializado en ornamental para la campaña 2025/2026.





CIT COEX
CÁTEDRA COEX-UAL



CIT y OTRI COEXPHAL: Investigación, Desarrollo, Innovación y Transferencia

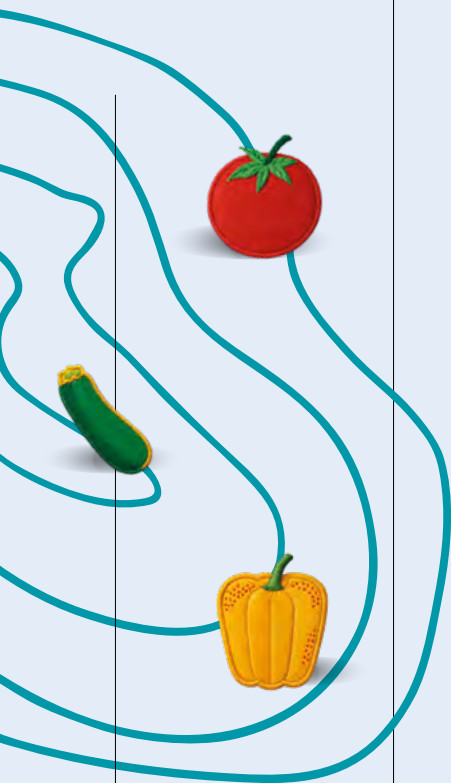
El CIT COEX ha cumplido un año en su nueva sede. Fundamentalmente el trabajo se ha centrado en el fomento de la cultura I+D+i en el sector hortofrutícola, enfocado actualmente en 5 temáticas: salud de los suelos, digitalización y sensorización del invernadero, control biológico de plagas, adaptación y mitigación frente al cambio climático.

El Centro de Investigación Tecnológico ha albergado cursos y jornadas de I+D+i que han dinamizado la actividad del sector, con el objetivo de transferir conocimiento.

Además de estas actividades de difusión y divulgación de la investigación e innovación del sector hortofrutícola a través de nuestra oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI), el CIT COEX muestra a las Administraciones la capacidad innovadora e inversora del sector hortofrutícola y de la propia Asociación como promotora de I+D+i para el sector.



COEXPHAL



IDIAPROA

El CIT COEX se puso al frente de la necesidad de justificar adecuadamente el porcentaje de los Programas Operativos destinados a I+D+i y destinar los Fondos Operativos a inversiones verdaderamente útiles para las OPFH.

En este marco, se desarrollan tres programas transversales en el periodo 2024-2028:

- **PROSUELO:** proyecto participativo para la mejora de la calidad, fertilidad y resiliencia de los suelos agrícolas, con 11 OPFHs.
- **HORTICULTURA VIVA:** Infraestructuras ecológicas y nuevos protocolos para el control biológico de plagas de difícil solución en invernadero, con 14 OPFHs.
- **FIGURA:** Finca de Innovación de una Cooperativa de segundo grado para la Regeneración Agrícola.

Y otros proyectos a la carta solicitados por las OP para desarrollar en solitario, con las siguientes temáticas:

- Desarrollo, evaluación e implementación de un control de producción con herramientas de IA para la optimización de recursos y la sostenibilidad en los centros de comercialización y manipulado.
- Sistema inteligente para optimizar la toma de decisiones en el envasado y comercialización de productos hortícolas.
- Desarrollo, evaluación e implementación de un ERP con herramientas de IA para la optimización de recursos y la sostenibilidad .



CÁTEDRA COEXPHAL – UAL DE HORTICULTURA, ESTUDIOS COOPERATIVOS Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Específicamente la Cátedra participa en la organización de eventos científicos de divulgación, en atención al curriculum profesional e investigador de su personal. En concreto:

Organización de proyectos de colaboración con otras Cátedras de la UAL

Acuerdo con la Cátedra Universitaria para la Prevención de Riesgo Cardiovascular, Renal y Metabólico ASTRAZENECA-UAL para proponer proyectos innovadores de economía circular y sobre principios activos de la producción hortofrutícola necesarios para una dieta sana y la reducción de las enfermedades crónicas. Planificación de curso de verano y de colaboraciones en general con la Cátedra AN (Navarra).

- Organización del Congreso de Investigación de la Alianza Internacional de Cooperativas Global en Montreal, Canadá.
- Miembro del grupo de trabajo estratégico del consejo de Alianza de cooperativas internacionales (ACI) para planificar la nueva estrategia 2030 para las cooperativas de todo el mundo.
- Asistencia y dirección de sesiones sobre liderazgo cooperativo e innovación en la Conferencia Global de ACI en Nueva Delhi con la presencia del secretario general de la ONU, el presidente y director de ACI y el primer ministro de la India, Narendra Modi, entre otros jefes de estado y cooperativas de todo el mundo.
- Miembro de comité asesor a la Alianza Internacional de Cooperativas Global (CIAG) sobre la revisión de los principios cooperativos.
- Miembro de comité de expertos coordinado por UNIDROIT y FAO sobre la unificación de leyes cooperativas agrícolas, Roma, Italia.
- Organización del coloquio del Año Internacional de las Cooperativas en Trento (Italia) con otras redes de cooperativas para planificar estrategias de mejora de la educación y la investigación cooperativas.
- Organización de taller de innovación sostenible en la cadena de valor agroalimentaria de F&H con UNICA Group.
- Participación en talleres de sostenibilidad con el Stockholm Center for Sustainability.



PROYECTOS

El área de innovación se encarga de la búsqueda de nuevas convocatorias, casando las necesidades de los asociados con los incentivos públicos. Los fondos tienen distinto origen, los más habituales son Horizonte Europa, LIFE, ERASMUS+, INTERREG, I3 y Next Generation de la UE y Grupos Operativos, ya sea a nivel nacional o autonómico.

Cada tipo de proyecto tiene unos requisitos y una preparación diferente, por lo que los investigadores del área se han especializado. Además de preparar los proyectos, buscan socios adecuados, redactan la solicitud, coordinan la ejecución en algunos pasos, y participan en la ejecución de los mismos. Y por último todo el conocimiento y la utilidad obtenida se traslada a los asociados de COEXPHAL a través de jornadas, charlas, material didáctico, vídeos, publicaciones, etc.

Estos son los proyectos actualmente en vigor, que implican al CIT, a la Cátedra COEXPHAL-UAL, o a ambos:

- DATOCOLOR: Nuevo Espacio de Datos para la Transformación Digital Sostenible y la Agricultura predictiva.
- Erasmus+: Strategies for Combating Unfair Practices for Horticultural Cooperative Products Directly to Consumers and Through Retail Networks, hemos atendido a una misión comercial Rumana y otra Albanesa.
- Climate Farm Demo: Una red europea de agricultores piloto que implementan y demuestran soluciones climáticamente inteligentes para una Europa sin carbono.
- Climate Smart Advisors: Red de demostración sobre agricultura climáticamente inteligente: potenciando el papel de los servicios de asesoramiento.
- IPMWORKS: Demostración de nuevas técnicas de control biológico en invernaderos



“
Actualmente
están en vigor
18 proyectos
que implican al
CIT COEX y a la
cátedra UAL-
COEXPHAL
”

- Econutri: Conceptos y tecnologías innovadores para la gestión de nutrientes ecológicamente sostenible en la agricultura con el objetivo de prevenir, mitigar y eliminar la contaminación en suelos, agua y aire.
- CODECS. Maximizando los CO-beneficios de la digitalización agrícola a través de ECoSystems digitales propicios.
- Path2DEA: Preparando el camino hacia la digitalización que permita la agroecología para los sistemas agrícolas europeos.
- GO ELECTROTECH: Utilización de la tecnología electrostática para un uso más eficiente de la aplicación de fitosanitarios y productos foliares.
- GO INV-DSS: Desarrollo de una herramienta informática para determinar las necesidades de riego y fertirriego de cultivos hortícolas de invernaderos.
- GO LIXAGRO: Bioeconomía circular de los restos de cultivo para su reutilización en agricultura.
- GO THERMOACTIVE. Desarrollo y evaluación de un novedoso plástico termosensible para cubierta de invernaderos.
- GO PITAMED: Cultivo sostenible de la papaya en España
- GO EXOTICA: Análisis de la oferta y de la demanda de frutas exóticas en Andalucía
- FOODCost: La internalización de externalidades en la cadena agroalimentaria y la evaluación de costes reales).
- FAIRSHARE: Herramientas digitales para técnicos.
- BIOGREENET: Proyecto sobre la transición de la agricultura convencional a la ecológica)
- GO BIOFUN: Biodiversidad funcional sin virus en cultivos protegidos.





ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN

La investigación e innovación de los proyectos de investigación propios y otros desarrollos punteros que tienen aplicación en el sector hortofrutícola se trasladan a los asociados a través de nuestra **Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI)**.

Esta campaña se han desarrollado las siguientes actividades:

- Ciclo de Jornadas tecnológicas ‘Sembrando Innovación, Cosechando Éxito: Historias de Impacto en el Sector Agro’. Esta iniciativa buscaba conectar los equipos tecnológicos de las comercializadoras asociadas y establecer sinergias clave para impulsar la transformación digital en el sector agro. En las mismas se expusieron casos de éxito y experiencias de empresas asociadas que, gracias a esta tecnología, ha logrado mejorar significativamente su productividad y eficiencia.
- Presentación de DATOCOLOR en el CIT: Innovación digital al servicio de la agricultura de precisión.
- Jornadas de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía COEXPHAL sobre el impulso de la Inteligencia Artificial en el sector almeriense.
- Congreso “Del Suelo a la Mesa” para impulsar la seguridad alimentaria.
- Participación en INTEGRATED PEST MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE AGRICULTURE (CIHEAM, Zaragoza).
- Jornadas técnicas sobre medidas para combatir el trips parvispinus en pimiento, en Infoagro.
- Participación en Congreso Sostenibilidad Es de invernadero UAL-COEXPHAL.



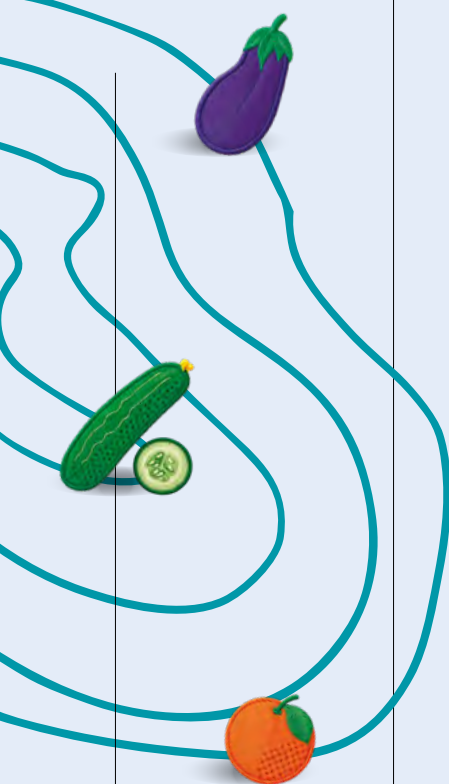
- Visita a explotaciones agrícolas climáticamente inteligentes de nuestros asociados del proyecto Climate Smart Advisors.
- Jornada presencial sobre Thrips parvispinus y araña roja en el PITA.
- Jornada presencial sobre pantallas móviles para invernadero en el CIT COEX.

Visibilidad de la capacidad innovadora e inversora del sector hortofrutícola, y de la propia Asociación como promotora de I+D+i para el sector.

El MAPA se trasladó al CIT COEX para celebrar dos jornadas específicas sobre invernaderos hortícolas. En noviembre el CIT acogió al Panel Redes TECO, dirigido por la Subdirección General de Agricultura del MAPA y organizado por TRAGSATEC.

Se profundizó en: datos técnico-económicos de los sistemas productivos del sector de frutas y hortalizas de España, cuyo objetivo es contribuir a lograr un mayor conocimiento sobre la realidad de los mismos.





VISITAS

- El Modelo Almería es seguido por productores, investigadores y empresas de la industria de todo el planeta. El CIT COEX se ha posicionado como el centro de referencia para la I+D+i del sector respecto a su vinculación con la producción. Es por ello que ha recibido multitud de visitas de orígenes dispares: cooperativistas oscenses de la Coop. Del Cinca en abril, una delegación institucional del estado Mato Grosso de Brasil, un grupo de China de la mano de la UAI, a la Asociación de OPFH Tomates y Pepinos de Francia, la empresa japonesa Tokuiten, miembros de la cooperativa belga REO, coreanos, rumanos, la Duch Produce Association, la Universidad de Sarajevo organizó un programa de estudios para cooperativas agropecuarias de Bosnia y Herzegovina, etc.



- Visita de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), a través de Daniela Di Gianantonio, responsable de Agricultura Digital en la Oficina Regional de la FAO para Europa y Asia Central), con un grupo de cinco doctores y profesores de la Universidad de Sarajevo los días 17 al 21 de Febrero 2025 para estudiar nuestro modelo de agricultura.

COMISIÓN TÉCNICOS COEXPHAL - CAJAMAR

Coordinamos y mantenemos reuniones periódicas con los técnicos de campo de las empresas asociadas para hacer seguimiento y comentar incidencias de la campaña agrícola por cultivo y por zona, solicitudes de autorización excepcional de productos fitosanitarios, control de plagas y enfermedades, programar jornadas técnicas, etc.



COMISIÓN DE INNOVACIÓN DE COEXPHAL

Desde esta comisión COEXPHAL impulsa y promueve la I+D+i en las empresas asociadas, a la vez que recoge las necesidades y preferencias de los asociados.

Se ha elaborado un Plan Anual, con las siguientes prioridades:

- Automatización de procesos de precalibrado, calibrado y control de calidad en la productividad de mano de obra.
- Aplicación de herramientas de mejora de la eficiencia productiva tanto en los invernaderos como en los centros de manipulado.
- Herramientas de predicción de cosecha.
- Mejora vida útil de los productos.
- Valoración de los destríos.

Participación y colaboraciones

- Almería SmartAgriHub
- HUB Andalucía Agrotech
- Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain (PTF4LS) y La integración del CIT COEX al principal ecosistema de innovación del sector alimentario español supone un paso estratégico en nuestro compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

- Plataforma asesores AKIS del MAPA.

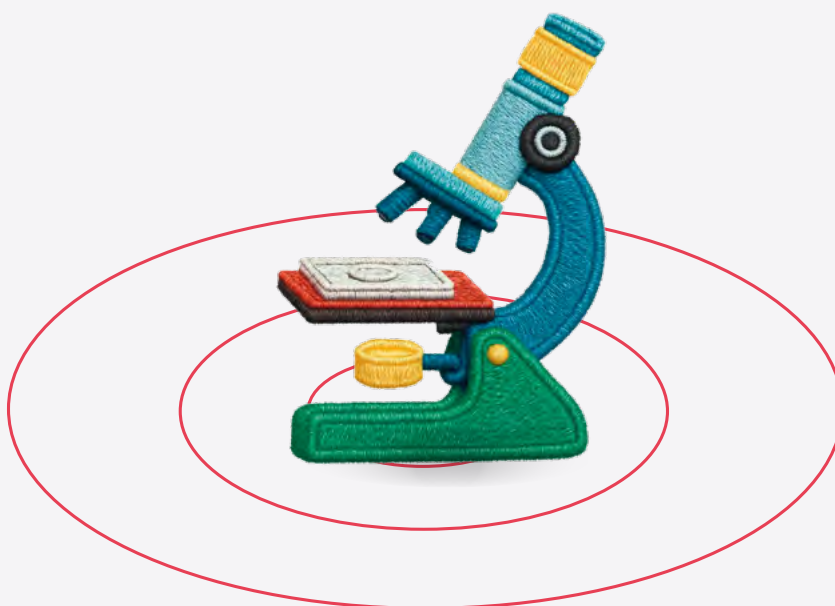
Participación en varios grupos de expertos:

- EGTOP (agricultura ecológica de la CE).
- MAPA (Borrador del Plan Nacional de la Sanidad Vegetal del Tomate).
- GLOBAL G.A.P. (Nuevo add-on de sostenibilidad)
- DEMETER (Comisión Técnica Normativa).
- IMITIA (Instituto Mixto de Innovación Agraria).
- UNE (Comité Técnico de Normalización para los sistemas agroalimentarios impulsados por datos).
- Biocontrol Coalition (adaptación de la actual regulación de productos para el control biológico).





Labcolor se refuerza en cuanto a personal y equipamiento, y amplía el alcance de acreditación ENAC



En esta campaña el laboratorio ha seguido creciendo en cuanto a personal se refiere. Se han realizado 7 nuevas contrataciones para completar hasta una plantilla final de 67 profesionales. Estos nuevos fichajes se han centrado principalmente en reforzar las Áreas de Residuos de Plaguicidas y Fitopatología.

Hemos seguido ampliando los equipos o instrumentación para la realización de análisis en todas las áreas, aumentando la capacidad de análisis, y reduciendo aún más los tiempos de respuesta ofrecidos a los clientes.

Entre los últimos avances del laboratorio agroalimentario de COEXPHAL, destacan los nuevos ensayos presentados en la última y reciente auditoría 17025 ENAC, para realizar una importante ampliación en el alcance de acreditación conforme a los requisitos de la norma UNE-EN ISO/IEC 17025. Entre estos nuevos ensayos destacan:

- Análisis selectivo de ditiocarbamatos por familias mediante cromatografía de líquidos con detector de espectrometría de masas (LC-MS/MS).
- Determinación de melamina mediante LC-MS/MS.



- Análisis de micotoxinas mediante LC-MS/MS en alimentos elaborados a base de cereales.
- Determinación de elementos por espectrometría de masas con plasma de acoplamiento inductivo (ICP-MS) en fertilizantes orgánicos, órgano minerales e inorgánicos.
- Determinación de elementos solubles por ICP-MS en fertilizantes orgánicos, órgano minerales e inorgánicos.
- Determinación de las distintas formas de nitrógeno (total, nítrico, amoniacal, ureico y orgánico) en fertilizantes.
- Detección del virus del mosaico del pepino dulce (PepMV), virus de la clorosis del tomate (ToCV) y de la clorosis infecciosa del tomate (TiCV), virus del moteado suave verde del pepino (CGMMV), y virus del moteado suave del fruto del pepino (CFMMV) por RT-PCR en semillas varias.
- Detección de *Xylella fastidiosa* por qPCR en materias vegetal.
- Detección de *Acidovorax avenae subsp. citrulli* por SEqPCR en semillas de cucurbitáceas.

Estos nuevos avances en acreditación suponen un espaldarazo al buen trabajo realizado este último año y siguen consolidando a LABCOLOR como laboratorio de referencia en el sector.

- ➔ En la campaña 2024/2025 el laboratorio sigue consolidando los buenos resultados que se vienen obteniendo en los últimos años. En esta campaña se han realizado un total de 111.625 muestras, casi un 20% más de análisis que la campaña anterior.

Desglosando por departamentos, estos han sido los números de muestras analizadas en la presente campaña:



Muestras por departamento Campaña 2024 / 2025





Departamentos	2023/2024	2024/2025	Aumento (%)
 Residuos de Plaguicidas	47.925	55.465	15,73%
 Microbiología	10.698	11.963	11,82%
 Agronomía	5.803	6.285	8,31%
 Fitopatología	28.763	37.912	31,81%
TOTAL	93.189	111.625	19,78%

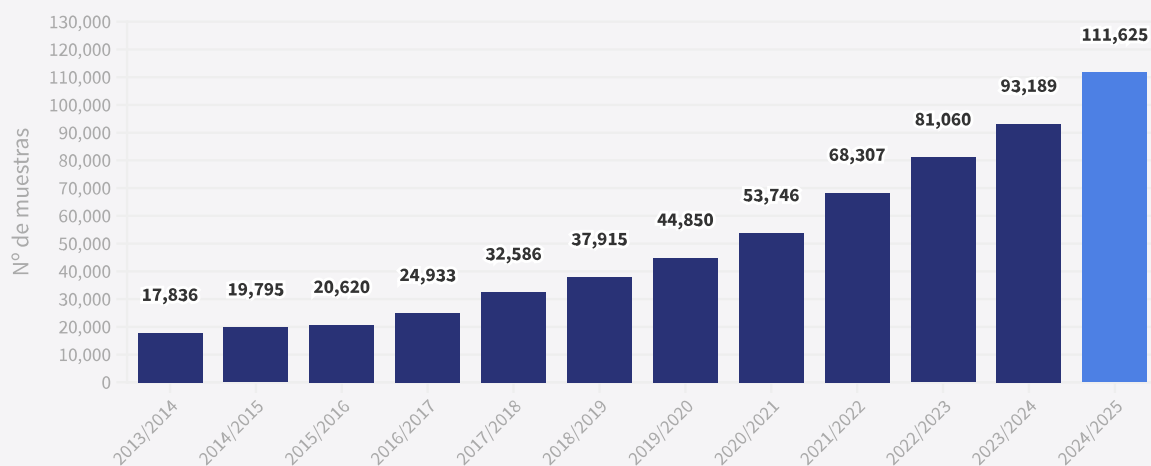
→ El departamento de Fitopatología ha aumentado el número de muestras un 31,81% con respecto a la campaña pasada. Lo siguen el departamento de Residuos de Plaguicidas con un crecimiento del 15,73%, el departamento de Microbiología con un 11,82% y el departamento de Agronomía con un 8,31%



**“
LABCOLOR ha
realizado un 20%
más de análisis que la
campana anterior
”**

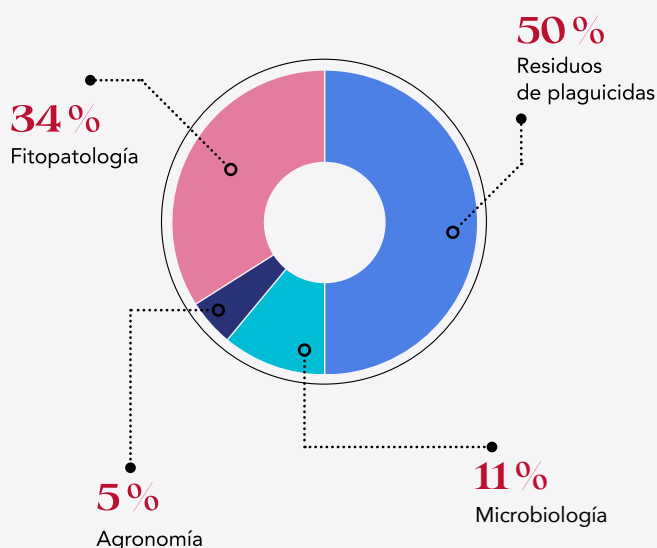
→ Además, si comparamos la evolución del número de muestras analizadas en las últimas 10 campañas, observamos como el laboratorio ha triplicado el número de muestras con respecto a la campaña 2018/2019, y ha duplicado el número de muestras con respecto a la campaña 2020/2021, observándose un crecimiento exponencial en las últimas 6 campañas.

Muestras totales analizadas en las últimas 10 campañas (2014 – 2025)



→ Si analizamos el porcentaje de muestras por departamentos frente al total de muestras analizadas en la presente campaña, vemos como el Área de Residuos de Plaguicidas y Contaminantes supone el 50% del laboratorio, el Área de Fitopatología supone el 34%, y el 16% restante se reparte entre el departamento de Microbiología y el de Agronomía.

Porcentajes de muestras por departamentos frente al total de muestras analizadas





**EMPRESAS
PARTICIPADAS**



ACOLOR



ACOLOR es una agencia de Marketing y Comunicación que nace en el seno de propio sector hortofrutícola. Impulsada por COEXPHAL e integrada por el equipo de profesionales que durante años ha estado al frente de su Departamento de Comunicación y Prensa, esta agencia es el lugar en el que se producen las ideas y se cosechan buenos resultados. Gabinete de Prensa, Redes Sociales, Gestión de Crisis, Planes de Medios, Planes de Marketing, Estrategia de Comunicación, Promoción, Ferias y Eventos... son algunos de los servicios que ACOLOR pone a disposición del mundo agro.

Teléfono
950 621 361

comunicacion@
acoloragencia.es
www.acoloragencia.es



COEXPHAL

AGROCOLOR



Teléfono
950 280 380

agrocolor@
agrocolor.es
www.agrocolor.es

AGROCOLOR auditó en la última campaña hasta 90 tipos de esquemas de certificación distintos a más de 18.000 productores certificados, abarcando más de 500.000 hectáreas de cultivo. Entre estos esquemas se encuentran los más emblemáticos demandados por el sector alimentario como son GLOBALG.A.P. (y sus diferentes add-ons), LEAF MARQUE, BRCGS, IFS (FOOD, Broker y Logística), Ecológico, así como, aquellos vinculados con la sostenibilidad (ISO 14001, verificaciones de Huella Hídrica y Huella de Carbono).

AGROCOLOR es la entidad de certificación de referencia en el sector agroalimentario a nivel mundial, siendo la certificadora con más

productores certificados en GLOBALG.A.P. del mundo. Certifica el 8,93% de los productores a nivel global en IFA (aseguramiento Integrado en Fincas), norma emblemática de GLOBALG.A.P. con un total de 16.347 productores certificados, de los casi 182.921 productores que cuentan con esta certificación en todo el mundo.

Con sede social en Almería, cuenta con delegaciones en Andalucía (Almería capital, Los Vélez, Granada, Huelva y Sevilla), en Murcia, Valencia, Extremadura, Castilla La Mancha y las Islas Canarias. También tiene acuerdos con empresas colaboradoras para trabajar en Perú, Colombia, Chile, y República Dominicana.

BIOLINE IBERIA



Teléfono
950 603 403

spain@
biolineagrosciences.com
www.biolineagrosciences.com

BIOLINE IBERIA es una empresa almeriense dedicada a la implantación y fomento del control integrado de plagas, mediante la producción de insectos vivos, la comercialización de éstos y de productos Residuo 0, así como técnicas de producción agrícolas respetuosas con el medio ambiente y que contribuyan a conservar la biodiversidad en los cultivos agrarios. En la pasada campaña los clientes

de BIOLINE ascendieron a 1.000, experimentando un relevante crecimiento de la compañía en los últimos años. La plantilla de BIOLINE IBERIA está formada por 75 empleados, alcanzando los 100 durante en los meses de verano. Tiene sede en Almería, con actividad principal en España, aunque BIOLINE Iberia está presente también en Portugal y Marruecos.

COLORSALUD



Teléfono
950 884 884

colorsalud@colorsalud.es
www.colorsalud.es

Es un Servicio de Prevención Ajeno acreditado por la Autoridad Laboral en todas las especialidades preventivas: Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología y Medicina del trabajo. Colorsalud da cobertura a 3.500 empresas clientes de diversas actividades principalmente Agricultura, Oficinas, Comercio, Construcción, Industria, Hostelería. El equipo humano de Colorsalud está formado por 25 profesionales, 11 Técnicos Superiores en Prevención, 3 Técnicos Intermedios en Prevención, 3 Equipos Sanitarios (3 Médicos y 3 Enfermeras) y personal de administración y atención al cliente, de los cuales el 60% son mujeres y 40% hombres. La sede central se en-

cuentra ubicada en la Ciudad del Transporte de La Mojonera y dispone de una amplia red de centros autorizados para realizar reconocimientos médicos: La Mojonera, El Ejido, Almería, Retamar, Campohermoso, Cuevas de Almanzora y Pulpí. Además, cuenta con una Unidad Móvil equipada que permite realizar exámenes de salud completos, adaptados a las necesidades de las personas trabajadoras, sin necesidad de desplazamientos. Colorsalud imparte formación presencial y online y se encuentra también homologada para impartir cursos del sector construcción por la Fundación Laboral de la Construcción y curso del sector metal por la Fundación del Metal.

FRUIT AUDIT



Teléfono
961 813 489

calidad@fruitaudit.com
www.fruitaudit.com

Fruit Audit es una empresa española creada por varias de las asociaciones más importantes del sector de frutas y hortalizas de España. Tiene como objetivo verificar las reclamaciones de calidad en destino y minimizar los descuentos injustificados derivadas de las mismas. También realiza controles de calidad y supervisión de reconfecciones, estudios de mercado y recoge con periodicidad semanal los precios de los prin-

cipales supermercados a través de una red de ingenieros agrónomos repartidos por toda Europa, y ahora también en Canadá. Desde su sede en Valencia, Fruit Audit presta actualmente servicio a más de 90 empresas.



COEXPHAL



RESULTADOS
DE CAMPAÑA

COEXPHAL advierte:
La presión de la competencia de
terceros países compromete la
viabilidad del sector

45



COEXPHAL

La campaña 2024/25 termina con un incremento de precios del 13% y un aumento del volumen comercializado del 3%. Este periodo se ha caracterizado por una meteorología muy variable, que ha afectado a la distribución de la cosecha y, por tanto, a los precios. A pesar de ello, cabe señalar que el sector se recupera de un ciclo anterior (2023/24) muy negativo, en el que los precios e ingresos cayeron un 17% y un 12%, respectivamente. Como consecuencia, la actual temporada no puede calificarse como plenamente positiva, ya que simplemente devuelve al sector al nivel alcanzado hace dos años (2022/23). En el lado positivo, se encadenan dos ejercicios con incrementos en la producción comercializada.

En cuanto a los costes, estos vuelven a la senda del crecimiento: la presente campaña cierra con un aumento del 1,5% (conviene recordar que

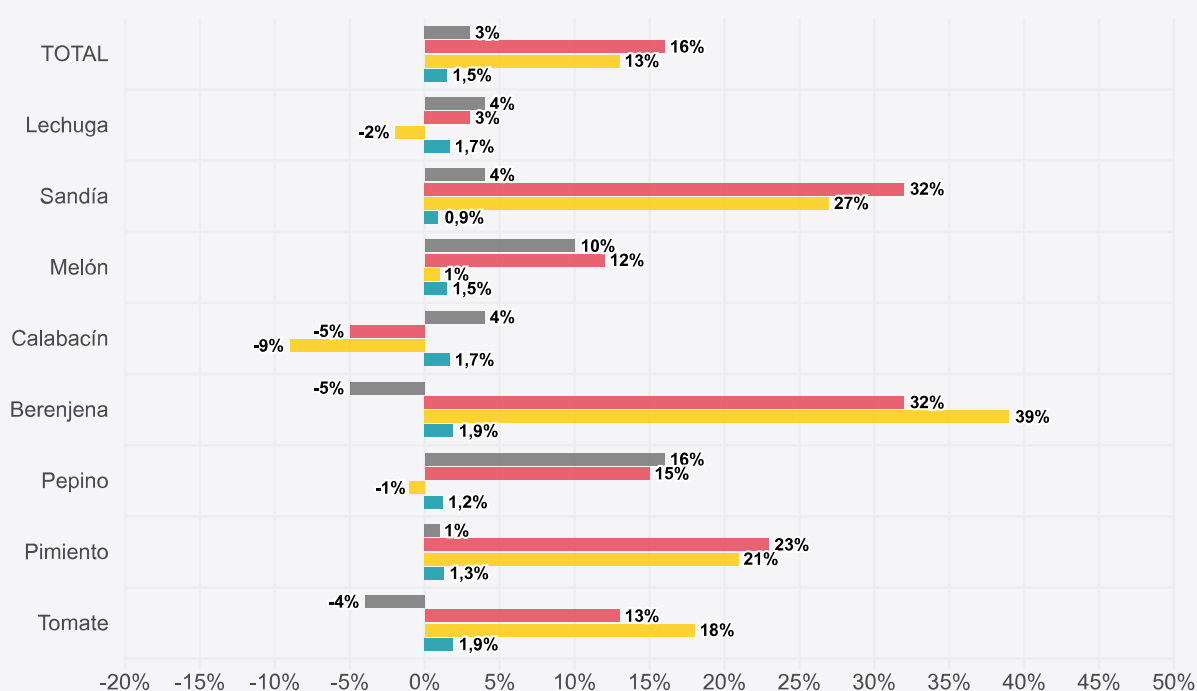
el año pasado descendieron más de un 3%). A pesar de esta evolución, los costes siguen siendo un 30% superiores a los registrados en la etapa pre-COVID.

De manera general, los productos con mejores resultados han sido, en este orden: la berenjena, la sandía, el pimiento y el tomate. En el caso de la berenjena y el tomate, los buenos precios se han visto favorecidos por una menor oferta en el mercado. La fuerte demanda de sandía, en cambio, ha logrado absorber el aumento de volumen comercializado. El pimiento, a pesar de la notable presencia de parvispinus, consigue incrementar ligeramente la cantidad vendida.

En el extremo opuesto, las hortalizas con peores resultados en precios son el calabacín, la lechuga y el pepino. Entre todas ellas destaca el calabacín: sus precios se han mantenido bajos durante casi toda la temporada debido a un ex-

Seguimiento de Campaña: Septiembre 2024 – Junio 2025 respecto campaña anterior

● % Kilos ● % Facturación ● % Precio ● % Coste unitario



ceso de producción, salvo en las primeras semanas de otoño y en los meses de febrero y marzo. Las caídas de precios en la lechuga y pepino también se relacionan con una mayor oferta.

Profundizando en el comportamiento por productos, la comercialización de **tomate** en toneladas cae un 4%, sobre todo por la caída de producción en la parte fundamental de la campaña, enero-junio. Los precios, sin embargo, aumentan un 18%. Los ingresos crecen un 13%. La situación vuelve a ser delicada por el lado de la oferta: se pierden la mitad de kilos que se recuperaron hace un año. Hay que destacar que en la campaña pasada el tomate registró una caída de ingresos del 14%, por lo que este ciclo aún no compensa el retroceso acumulado, a pesar de los precios más altos. Desde un punto de vista técnico, el cultivo ha seguido conviviendo con el virus del rugoso.

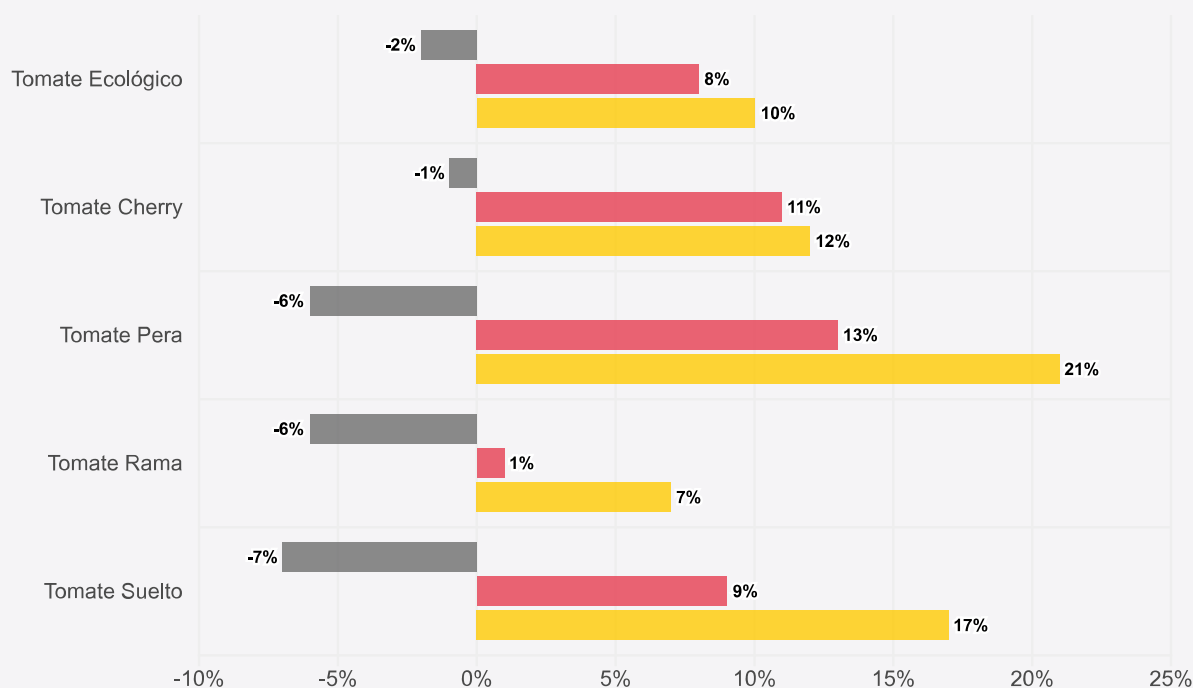
De forma más concreta, la producción comer-

cializada de tomate ecológico muestra una caída del 2% frente al aumento del año pasado, su precio en cambio es un 10% superior. El producto ecológico representa 12% de las ventas de tomate, porcentaje que se mantiene estable en la última campaña. La comercialización de tomate suelto, pera y rama caen de forma relevante, un 7%, 6% y 6%. En todos los casos se aprecia un aumento del precio: 17%, 21% y 7% respectivamente. También desciende un 1% la comercialización del tomate cherry, consiguiendo precios un 12% superiores a los del año pasado.

Los precios del **pimiento** han estado un 21% más altos que en la campaña pasada (porcentaje idéntico al que cayeron el año anterior). A pesar de los problemas causados por el parvispinus, que provocaron una caída de las ventas entre enero y abril, el volumen comercializado aumentó un 1%, gracias principalmente al fuerte creci-

Seguimiento de Campaña: Septiembre 2024 – Junio 2025 respecto campaña anterior

● % Kilos ● % Facturación ● % Precio



miento 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.

El **pepino**, junto con el calabacín, es de los pocos productos que registran una variación negativa de precios (-1%) debido a un notable incremento de la producción (+16%), concentrado al inicio y al final de la campaña. Como resultado, los ingresos aumentan un 15%. Conviene recordar que la temporada anterior fue especialmente negativa, con caídas de precios e ingresos superiores al 20%.

La **berenjena** ha mostrado un comportamiento irregular que concluye con un balance positivo. Es el cultivo con mejor evolución de precios en esta campaña, con un incremento del 39%, a pesar de las bajas cotizaciones registradas en octubre, abril y mayo. La producción disminuyó un 5%, mientras que los ingresos aumentaron un 32%.

El **calabacín** es el cultivo con peor comportamiento en este periodo. Los precios descienden un 9%, mientras que la oferta aumenta un 4%; como resultado, los ingresos caen un 5%. La campaña comenzó con cotizaciones elevadas, que fueron descendiendo (a pesar de un repunte en enero) hasta alcanzar mínimos entre abril y junio. Se encadenan así dos ejercicios negativos: el año pasado los ingresos registraron también una caída cercana al 13%, pese a un aumento del 8% en las ventas.

Fuera de la cosecha en invernadero, la **lechuga** cierra el ciclo con precios a la baja (-2%). En el lado positivo, la producción crece un 4%, lo que se traduce en un aumento del 3% en los ingresos. El año pasado también se registraron descensos tanto en precios como en ingresos, en torno al 5%. En cualquier caso, este cultivo presenta una menor variabilidad respecto al resto de productos hortícolas.

Los cultivos de primavera vuelven a mostrar dos caras diferenciadas. La **sandía** encadena dos temporadas positivas: los precios suben

un 27% a pesar de un incremento de la oferta del 4%. La producción comenzó con retraso, repuntó ligeramente en mayo y experimentó un fuerte crecimiento en junio. En el caso del **melón**, la cosecha aumentó de manera significativa (+10%), especialmente en mayo y en variedades concretas como el melón amarillo y Galia. A pesar de lo comentado, los precios aumentaron un 1% debido a una recuperación de las cotizaciones en junio. Cabe recordar que el año pasado la temporada de melón fue positiva, con precios un 13% superiores y una producción un 4% inferior.



PLANTA ORNAMENTAL

En los últimos años, el sector de la planta ornamental ha adquirido una notable relevancia en la comercialización agrícola de la provincia. La sección de ornamental de COEXPHAL está integrada por 40 empresas. En la campaña 2024/25, este grupo facturó más de 60 millones de euros, con un marcado peso en el mercado exterior y un mercado nacional ya consolidado. Esta cifra supone un incremento del 1% respecto al año anterior, impulsado por el aumento de las unidades vendidas, dado que los precios se han mantenido estables.



SEGUIMIENTO DE LA COMPETENCIA EN TOMATE, COMO PRODUCTO DE ESPECIAL SENSIBILIDAD

Aún con datos provisionales, se aprecia que las exportaciones almerienses de tomate, en volumen, han caído un 1% en la campaña 2024/25. Alemania se mantiene como el principal comprador, adquiriendo el 36% de las ventas, un porcentaje que no varía respecto al año pasado. 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 descender: apenas se envían 22.000 toneladas a este país, lo que representa un 5,4% del total. Como punto positivo, el valor de las exportaciones de tomate almeriense crece un 6% respecto a la campaña anterior. Este dato corrobora que la demanda española sigue siendo elevada y que la caída de las ventas en volumen, en muchos casos, se debe a la escasez de oferta por las dificultades en el cultivo. Mientras tanto, las importaciones españolas procedentes de Marruecos crecen un 31%, rellenando los huecos que el producto nacional no puede cubrir.

Después de una campaña pasada en Marruecos marcada por dificultades internas (clima, sequía, plagas, o disponibilidad de mano de obra) que puso de manifiesto los fuertes desequilibrios que existen en su sistema productivo, este país vuelve a marcar un nuevo record en sus exportaciones a la UE y Reino Unido: casi 680.000 toneladas, un 7% más que hace un año. La campaña ha discurrido sin inconvenientes importantes entre septiembre y diciembre, con un pico notable en noviembre. A pesar de la desaceleración observada a principios de año, las ventas repuntaron durante marzo, abril y mayo, especialmente

gracias a las variedades de mayor valor: hay que recordar que las tipologías de pequeño calibre representan casi el 35% de su producción y el 51% de su exportación.

De manera oficial, la principal zona de producción (Souss Massa) reconoce en la campaña 2024/25 la existencia de 24.000 hectáreas de producción invernadas dedicadas a hortalizas, 7.700 exclusivas de tomate. Sin embargo, un reciente estudio de la Junta de Andalucía cifra el total de producción protegida en 33.360 hectáreas (con un incremento del 17% en 2 años). A la que deberíamos sumar otras 11.230 hectáreas en Kenitra y Larache. Las extrapolaciones, sólo en Souss Massa, nos llevaría a más de 10.500 hectáreas de tomate. En cualquier caso, no hay que olvidar la fuerte producción de frutos rojos e incluso el aumento de la cosecha de pimiento, cuyas exportaciones a la UE y Reino Unido han aumentado un 50% en una sola campaña, superando ya las 190.000 toneladas (casi el 40% de los envíos de Almería).

Con respecto al resto de competidores, Países Bajos enlaza tres campañas en positivo: recupera el nivel previo a la crisis iniciada por el aumento del coste de la energía. En un solo año sus exportaciones aumentan un 12% y se acercan al millón de toneladas, casi un 20% más que su propia capacidad productiva. Hay que recordar que en 2024 Países Bajos aumentó su producción un 14% (alcanzando las 828.000 toneladas) con una superficie (1.726 hectáreas) un 2% menor que un año antes.

Es destacable cómo los envíos franceses y belgas se recuperan al mismo ritmo que las exportaciones marroquíes, confirmándose la existencia de un fuerte comercio de reexportación por parte de estos dos países. Por otro lado, es importante reseñar la caída de las ventas turcas (un 13% en una sola campaña). A pesar de lo comentado, este origen, con su inconsistencia productiva y problemática en cuanto a alertas sanitarias, ha conseguido casi triplicar las ventas en poco más de 10 años.




TOMATE
Fuerte recuperación de las exportaciones españolas

La situación del comercio internacional de **tomate** muestra una fuerte recuperación de las exportaciones españolas y aumentos también muy importantes en los envíos procedentes de Países Bajos y Marruecos. A pesar de lo comentado, en las últimas 5 campañas, las exportaciones españolas han caído más de 77.000 toneladas (un 11% menos). En contraposición, las exportaciones nacionales aumentaron un 21% en el último año. A pesar de este aumento coyuntural, España continúa en cifras nunca vistas en los últimos 25 años. Hay que recordar que hace tan solo 10 se exportaba casi un millón de toneladas. Países Bajos continúa con una fuerte escalada desde los años post pandemia. En 2024 sus exportaciones crecen un 16%. Sus ventas superan ya las 950.000 toneladas, datos que no se veían desde hace 15 años. Este país continúa siendo el primer suministrador a Europa y Reino Unido. Las exportaciones de Marruecos vuelven a crecer después

del parón del año pasado. Este país exportó, en 2024, 705.000 toneladas, un 16% más que el año pasado. Francia importó 416.000 toneladas de tomate marroquí: el 74% del total de sus compras al exterior. Este hecho está siendo aprovechado para aumentar su reexportación: los envíos de Francia hacia Europa han aumentado un 19% en 5 años. Nótese que las ventas francesas del último ciclo aumentan un 5%, siguiendo la tendencia marroquí. Por otra parte, las importaciones de tomate de Marruecos en Reino Unido se sitúan en torno a las 125.000 toneladas.

En el último año, las exportaciones almerienses aumentan un 21%, al mismo ritmo que las nacionales: hay que recordar que Almería representa el 63% del total. El volumen exportado ha sido de 408.700 toneladas. Sin embargo, habría que remontarse 15 años atrás para ver cifras similares. En los últimos cinco años Almería ha perdido más de 17.000 toneladas, un 4% del volumen exportado.





PIMIENTO

España es el principal suministrador europeo de pimiento

Las exportaciones de **pimiento** español aumentan un 13% en este último año. Se vuelve al crecimiento después de tres años consecutivos de caída. España es el primer suministrador europeo con 773.000 toneladas, destacando Almería que representa el 65 % del total. En un solo año Almería ha recuperado casi 38.000 toneladas, un 8 % de sus ventas. Las exportaciones de Países Bajos aumentan este año un 10%, hasta las 402.000 toneladas. En este contexto, está apareciendo Marruecos como un fuerte competidor. Hoy por hoy, este país está enviando a la UE y Reino Unido casi 192.000 toneladas (un 51% más que hace un año), a las que debemos sumar otras 89.000 toneladas procedentes de Turquía (un 6% menos que el año pasado). Sin duda, Almería deberá estar atenta a la evolución de estos orígenes, ya que está perdiendo cuota muy rápidamente.

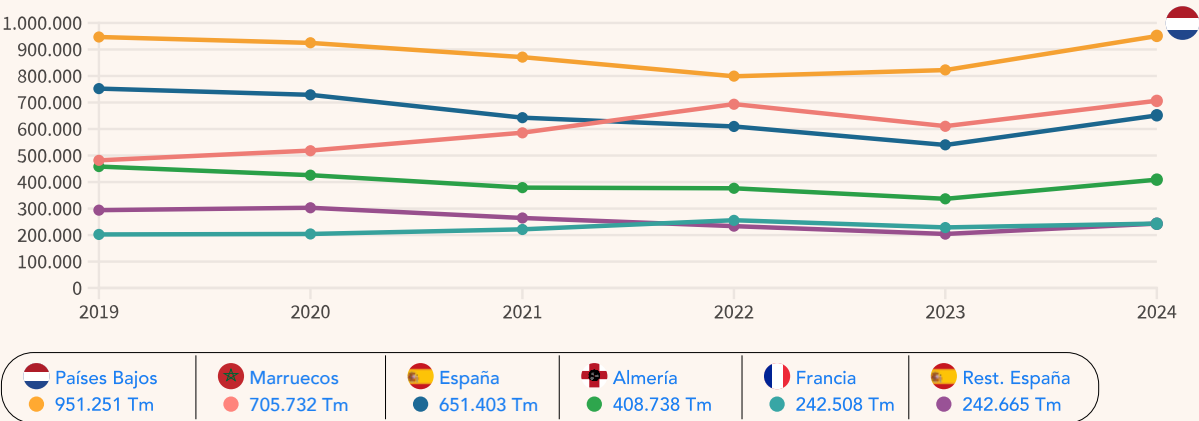


PEPINO

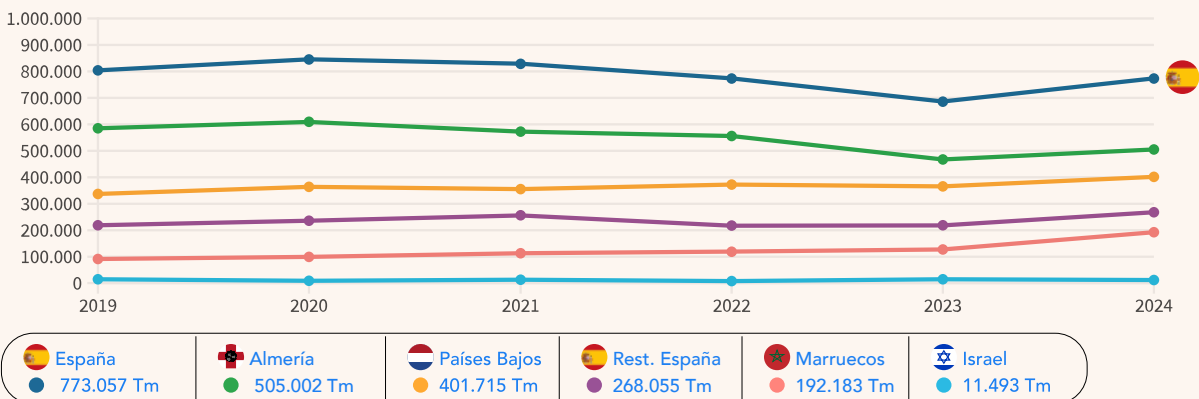
Almería representa mas del 70% del pepino nacional

Las exportaciones de pepino españolas vuelven a crecer de manera relevante. En el año 2024 se supera el máximo histórico de 2019. Las exportaciones españolas aumentan un 12%, las almerienses un 11%. Almería destaca sobre el resto de los orígenes españoles: representa más del 73 % del pepino nacional. España, y en concreto Almería, domina el comercio europeo de este producto, muy por encima de Países Bajos. Los envíos de este último país aumentan un 10% este último ciclo. Si tenemos en cuenta los últimos 5 años, la exportación española a Europa ha aumentado un 4 %. Almería sube un 1% en este mismo periodo. Con respecto a los orígenes extra-europeos, destaca el fuerte aumento de Marruecos: crece un 27% en un solo año. Por ahora las cifras exportadas por este país son bajas, casi 25.000 toneladas. Sin embargo, este origen no para de crecer de manera exponencial año tras año.

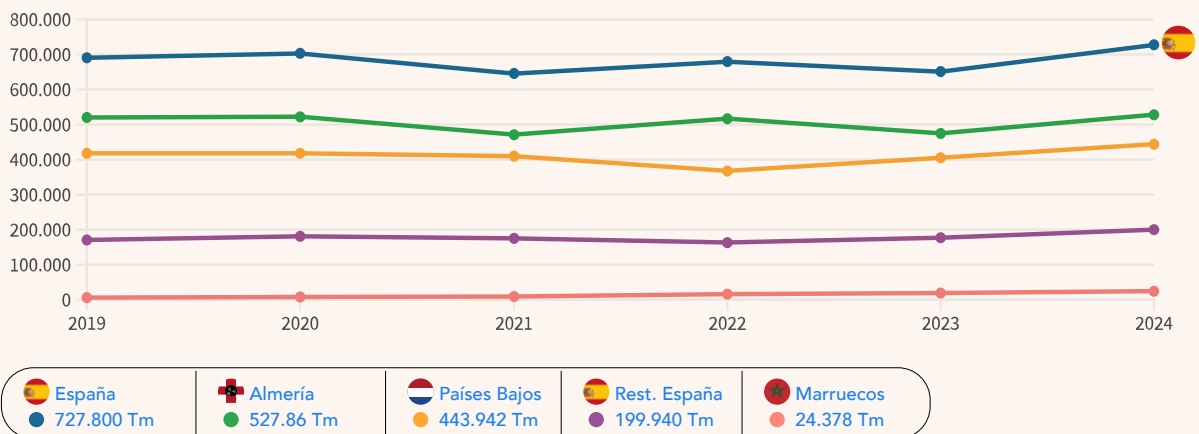
Tomate. Exportación a la Unión Europea según origen



Pimiento. Exportación a la Unión Europea según origen



Pepino. Exportación a la Unión Europea según origen





BERENJENA

Las exportaciones de Almería aumentan un 9%

La **berenjena** española aumenta un 8% en los últimos 5 años. Los envíos almerienses crecen un 9% en este periodo. Almería exportó 150.800 toneladas en 2023, representando el 81% del total nacional. Sólo el producto de Países Bajos compite con la berenjena nacional en la UE y Reino Unido. Los envíos de este país han caído un 16% en el último lustro: sus exportaciones no alcanzan este año las 50.000 toneladas. En el último ciclo, las exportaciones de Almería aumentan un 9%; los envíos nacionales crecen en ese mismo porcentaje. Las exportaciones de Países Bajos sufren un retroceso del 5%. Las exportaciones de terceros países a Europa (incluyendo Reino Unido) bajan de manera relevante, situándose entorno a las 15.000 toneladas.



CALABACÍN

El calabacín con origen en Almería domina los mercados de la UE

El **calabacín** español con origen en Almería domina los mercados de la UE y Reino Unido: representan el 76 % de los envíos nacionales y el 49 % de las importaciones de UE y Reino Unido. En 2023 las exportaciones almerienses muestran un aumento importante del 6%. Los envíos nacionales crecen en mayor proporción, un 8%. Contemplando periodos más amplios, las exportaciones almerienses caen un 13% en 5 años. Atendiendo a la competencia, los envíos de Países Bajos también suben, un 69%, aunque las cifras absolutas siguen en niveles bajos (36.300 toneladas anuales). Marruecos vuelve a crecer después de un año anterior malo: 4.000 toneladas en un solo ejercicio. A pesar de lo comentado, el volumen de Marruecos no parece despuntar.



MELÓN

Las exportaciones de Almería cayeron un 2%

La exportación española de **melón** creció de manera importante en el año 2024, un 9%. En contraposición los envíos de Almería cayeron un 2%. La representación de Almería pasa del 21% al 19% en un solo año. El calendario de Almería continúa quedando solapado por la producción temprana de ultramar y la tardía existente en las otras provincias españolas, fundamentalmente Murcia. Los envíos de reexportación de Países Bajos crecen un 3% en el último año. El volumen importado directamente desde Costa Rica sube un 3%, un 9% en el caso de Brasil. Otro país relevante es Marruecos que vendió en Europa más de 40.700 toneladas en 2024 un 23 % menos.

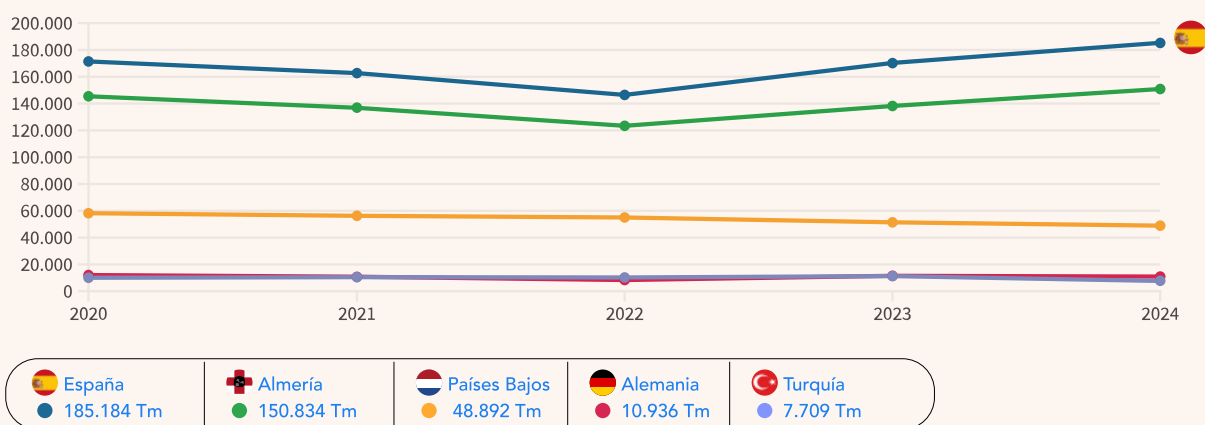
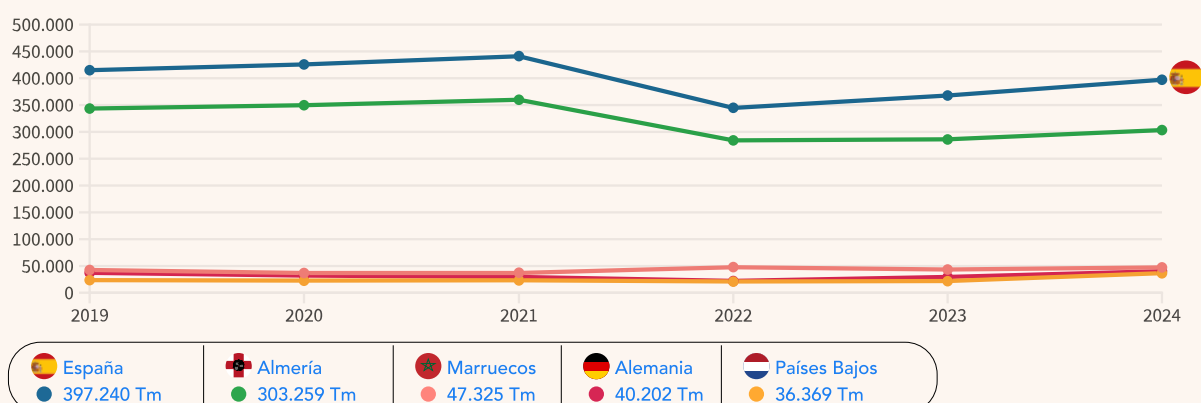
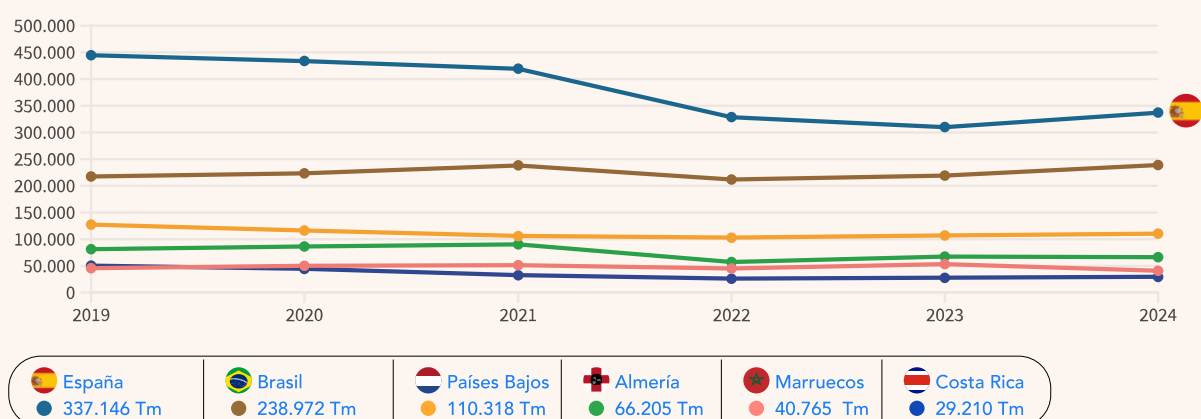


SANDÍA

Almería representa el 43% de toda la sandía exportada por España

En 2024, las exportaciones españolas de **sandía** crecieron un 16%. La exportación nacional sobrepasa las 760.000 toneladas. Sin embargo, este volumen sigue siendo menor, comparado con 5 años antes. Los envíos de Almería aumentan un 4% en 2024. Esta provincia representa el 43% de toda la sandía exportada por España. Respecto a los competidores, destaca la caída del 53% en los envíos de Marruecos. Este país ha pasado en 5 años de enviar a Europa 232.000 toneladas, a exportar menos de 111.000 toneladas. El total de los envíos extra-europeos cae un 20% en el último año. Sin embargo, Países Bajos aumenta su comercio de reexportación en un 27 %. En este mismo periodo Italia también crece un 9%.



Berenjena. Exportación a la Unión Europea según origen**Calabacín.** Exportación a la Unión Europea según origen**Melón.** Exportación a la Unión Europea según origen



LECHUGA

Crece la exportación nacional un 6%

Los envíos de **lechuga** española hacia la UE y Reino Unido caen un 6% en los últimos 5 años. Almería también reduce sus envíos en este plazo, aunque a un ritmo mayor (19 %). Esta provincia representa el 17% de toda la lechuga exportada por España, manteniendo la cuota del año pasado. A pesar de lo comentado, los datos del último año son positivos: crecen las exportaciones almerienses (7%), así como el total nacional (6 % más). La competencia española, desde otros orígenes europeos está estabilizada debido al fuerte potencial español que cubre buena parte de la demanda continental.

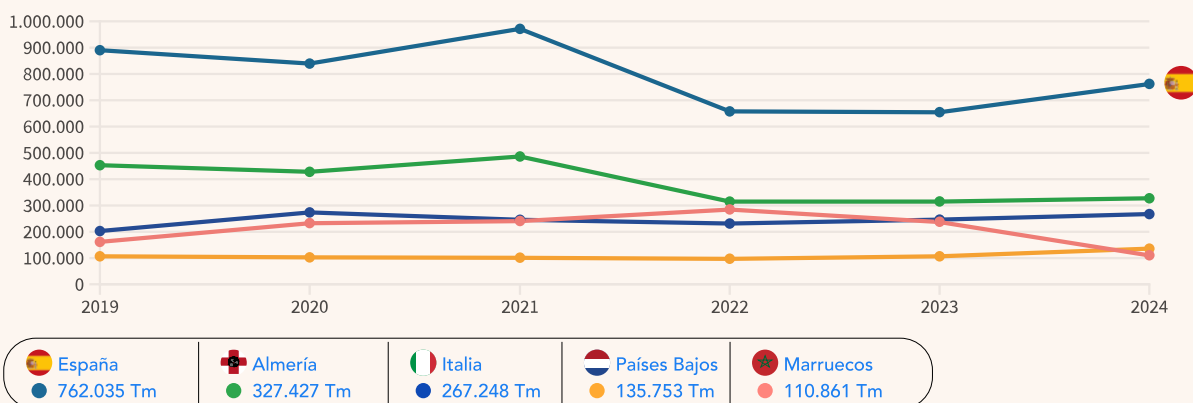
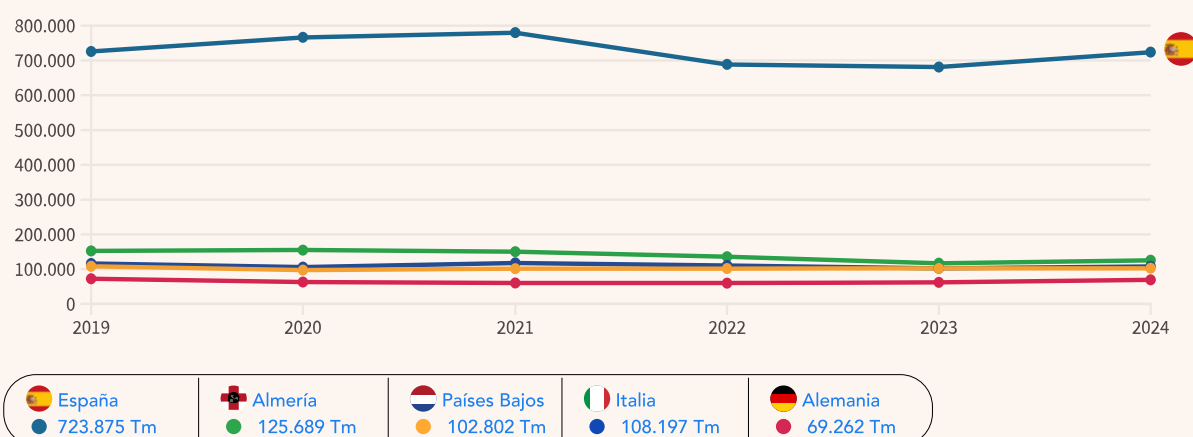
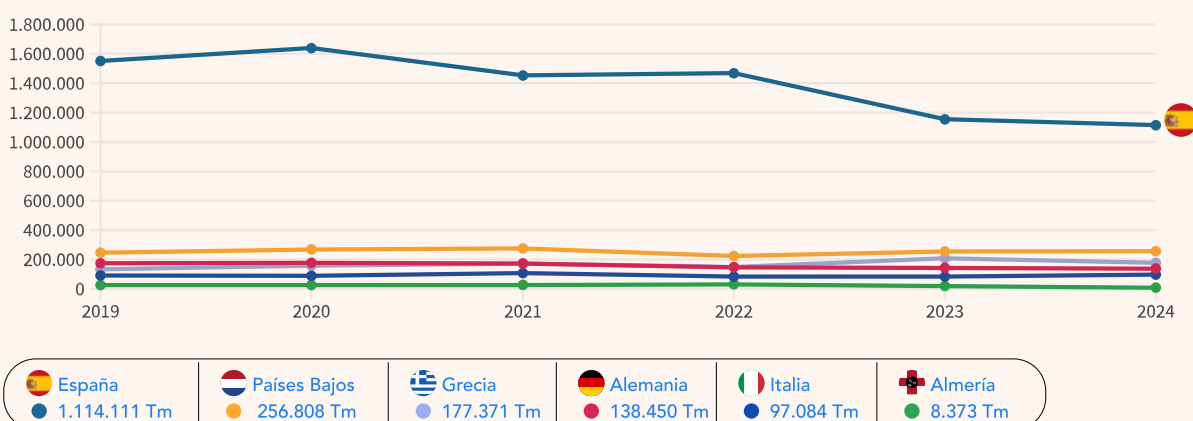


NARANJA

Resultado negativo en los envíos procedentes de Almería

La exportación española de **naranja** a Europa cae un 32% en el último lustro. En este mismo intervalo, los envíos almerienses tampoco muestran una evolución favorable (69 % de caída). En este análisis negativo, el resultado del año 2024 vuelve a ser malo: los envíos nacionales caen un 3% y los procedentes de Almería un 58%. Es importante destacar que las exportaciones de Almería han retrocedido a volúmenes de 15 años antes, momento a partir del cual se produjo un aumento progresivo de las ventas. La representatividad almeriense vuelve a descender y ya no alcanza el 1% del total nacional, aunque hay que hacer notar que se trata de un producto fuertemente especializado.



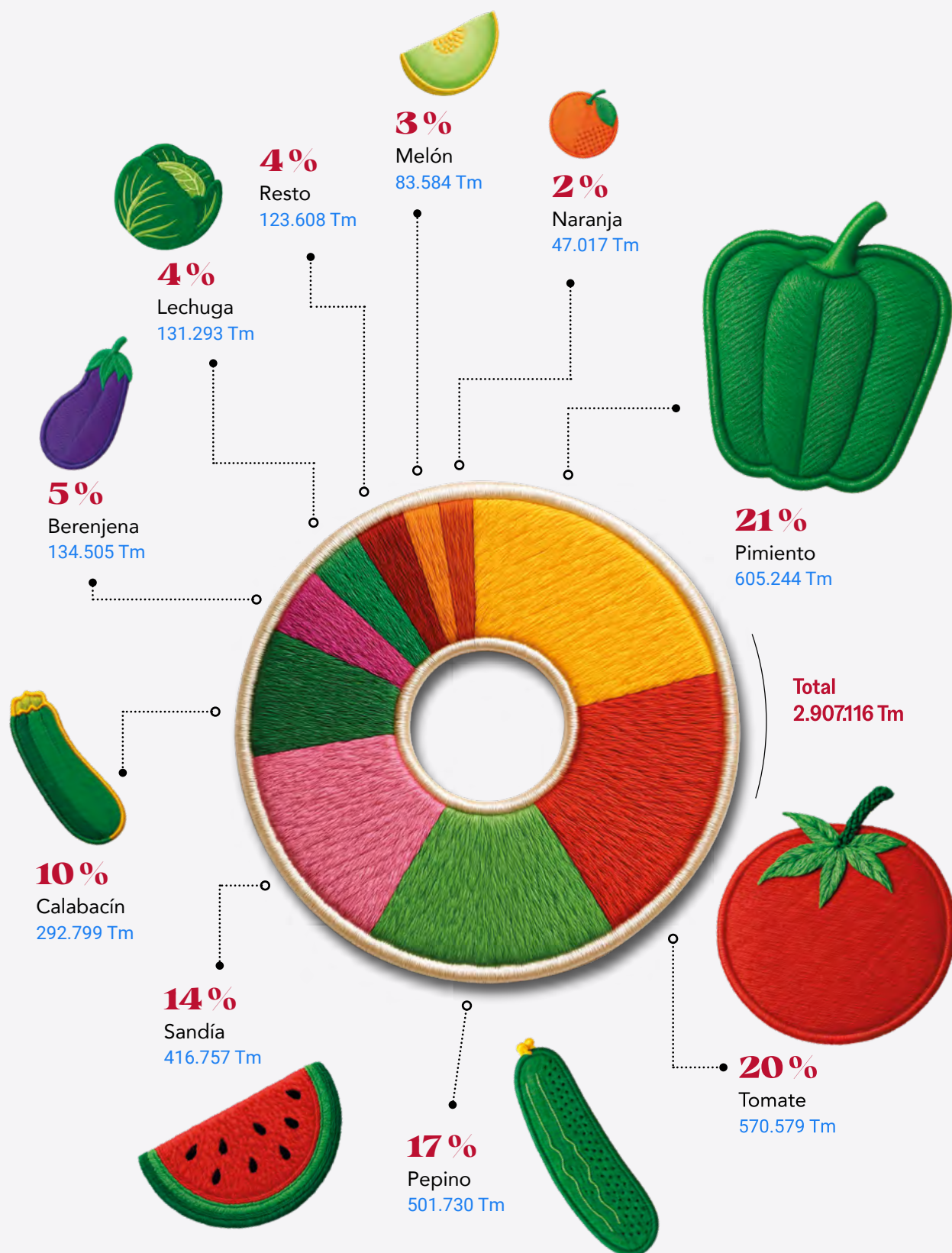
Sandía. Exportación a la Unión Europea según origen**Lechuga.** Exportación a la Unión Europea según origen**Naranja.** Exportación a la Unión Europea según origen

Concluye la campaña 2024/2025 con precios en positivo



COEXPHAL en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	1.553.732.922	53%
Mercado Nacional	1.353.383.623	47%
TOTAL	2.907.116.545	



COEXPHAL

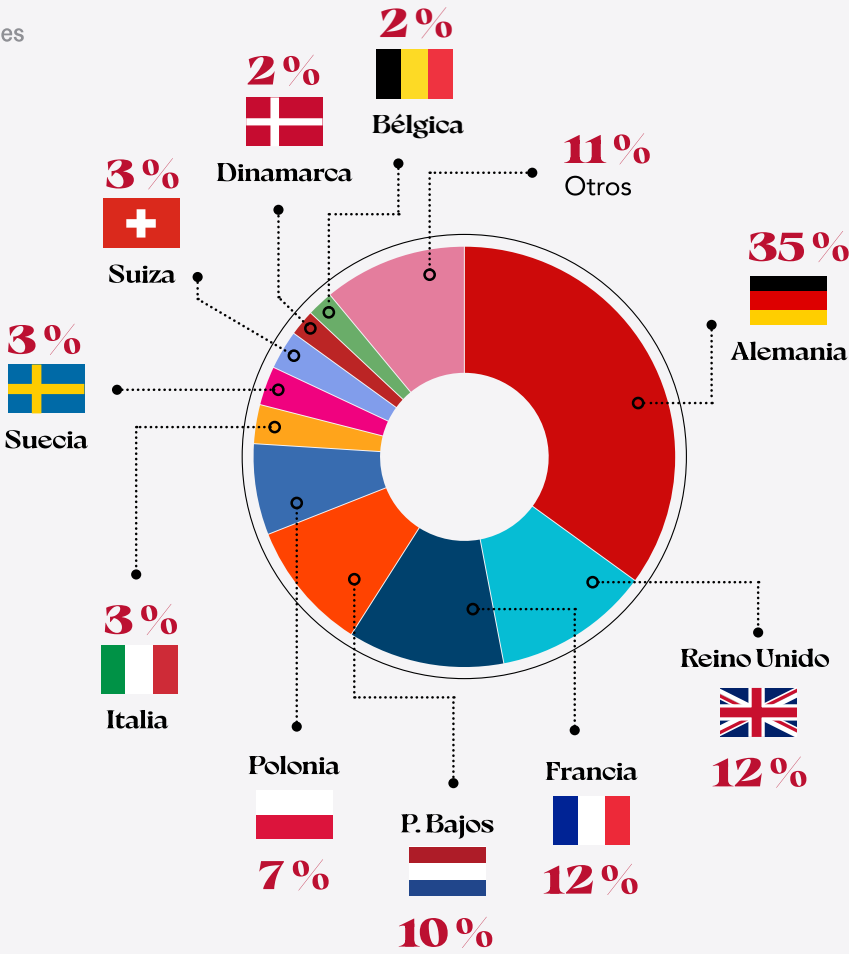
Distribución de la producción
de COEXPHAL según país de destino

Países	%	Total / Kg
Alemania	18,58	540.012.996
Francia	6,51	189.243.927
Holanda	5,11	148.430.343
Polonia	3,80	110.607.168
Italia	1,63	47.347.887
Suecia	1,59	46.099.945
Dinamarca	1,12	32.631.178
Bélgica	1,00	28.969.696
Rep. Checa	0,91	26.509.592
Portugal	0,88	25.614.376
Austria	0,72	20.991.719
Finlandia	0,57	16.512.193
Irlanda	0,51	14.803.289
Rumanía	0,32	9.199.668
Lituania	0,30	8.710.672
Letonia	0,24	6.993.709
Eslovaquia	0,18	5.334.262
Croacia	0,12	3.514.039
Hungría	0,11	3.089.427
Bulgaria	0,10	2.804.475
Eslovenia	0,05	1.385.826
Grecia	0,04	1.296.243
Estonia	0,02	669.639
Luxemburgo	0,02	637.016
Malta	0,00	26.738
Unión Europea	44,42	1.291.436.023
Reino Unido	6,66	193.527.216
Suiza	1,38	40.102.700
Noruega	0,69	20.035.330
Serbia	0,07	2.077.995
Ucrania	0,02	564.093
Otros	0,01	300.832
Moldavia	0,01	188.921
Andorra	0,00	79.579
Resto Europa	8,84	256.876.666
Canadá	0,10	2.829.349
Estados Unidos	0,10	1.080.485
Marruecos	0,03	973.979
Colombia	0,03	199.719
Otros resto	0,01	106.751
Haití	0,01	96.720
Rusia	0,01	71.848
Emiratos Árabes	0,00	61.382
Total Resto	0,19	5.420.233
Total Exportación	53,45	1.553.732.922
Mercado Nal.	46,55	1.353.383.623
TOTAL	100	2.907.116.545

Distribución semanal
de la producción

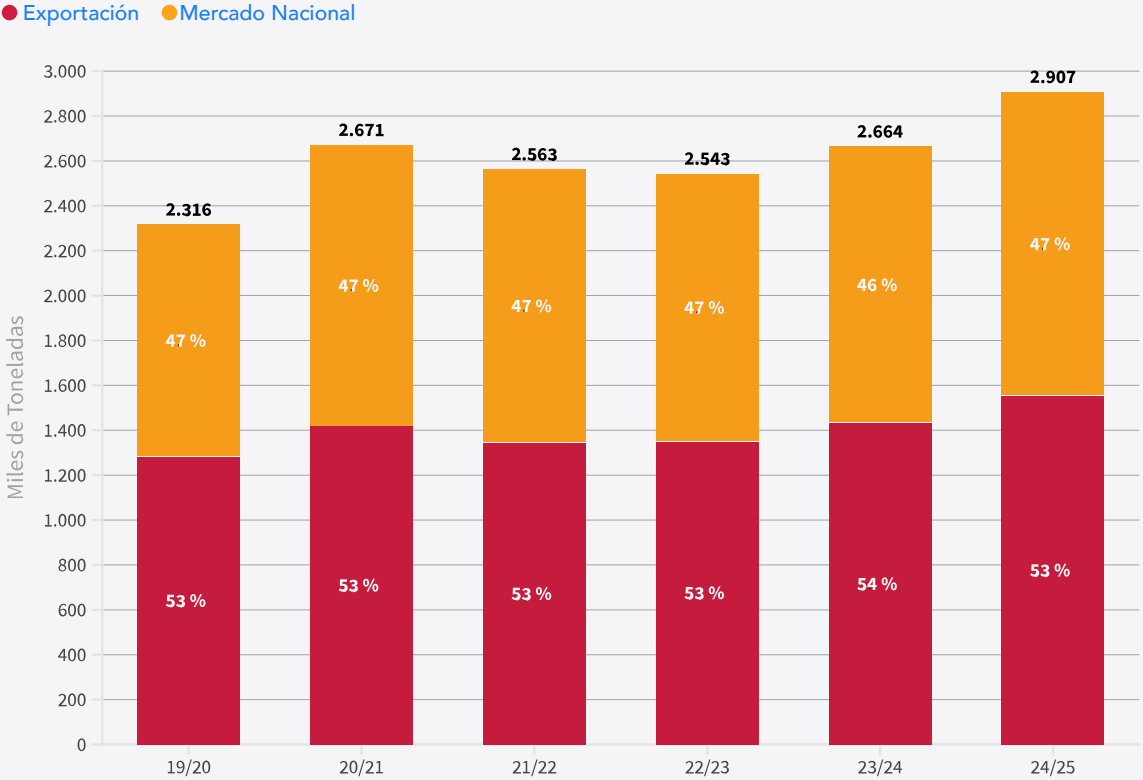
Semana	%	Total / Kg
31	0,94	27.281.630
32	0,90	26.278.775
33	0,81	23.454.095
34	0,78	22.730.420
35	0,63	18.187.581
36	0,70	20.306.037
37	0,70	20.391.130
38	0,85	24.598.937
39	0,91	26.352.118
40	1,27	36.943.287
41	1,32	38.381.481
42	1,47	42.829.219
43	1,60	46.515.448
44	1,60	46.609.079
45	2,19	63.647.645
46	2,32	67.323.423
47	2,60	75.689.361
48	2,51	73.046.359
49	2,52	73.364.182
50	2,63	76.427.104
51	2,53	73.501.507
52	2,19	63.660.388
1	2,26	65.623.843
2	2,49	72.472.486
3	2,66	77.351.505
4	2,47	71.875.256
5	2,56	74.335.344
6	2,63	76.405.299
7	2,71	78.776.104
8	2,67	77.648.466
9	2,50	72.559.162
10	2,71	78.722.545
11	2,26	65.608.561
12	2,28	66.181.243
13	2,28	66.316.668
14	2,22	64.673.784
15	2,45	71.317.212
16	1,97	57.233.412
17	2,51	72.867.136
18	2,50	72.787.156
19	2,93	85.241.188
20	2,86	83.220.692
21	2,54	73.842.595
22	2,38	69.096.236
23	2,29	66.571.244
24	1,86	54.026.695
25	1,43	41.661.353
26	1,48	43.092.985
27	1,15	33.507.018
28	1,02	29.751.275
29	0,96	27.844.458
30	1,00	28.986.418
TOTAL	100	2.907.116.545

Destino exportaciones
por volumen

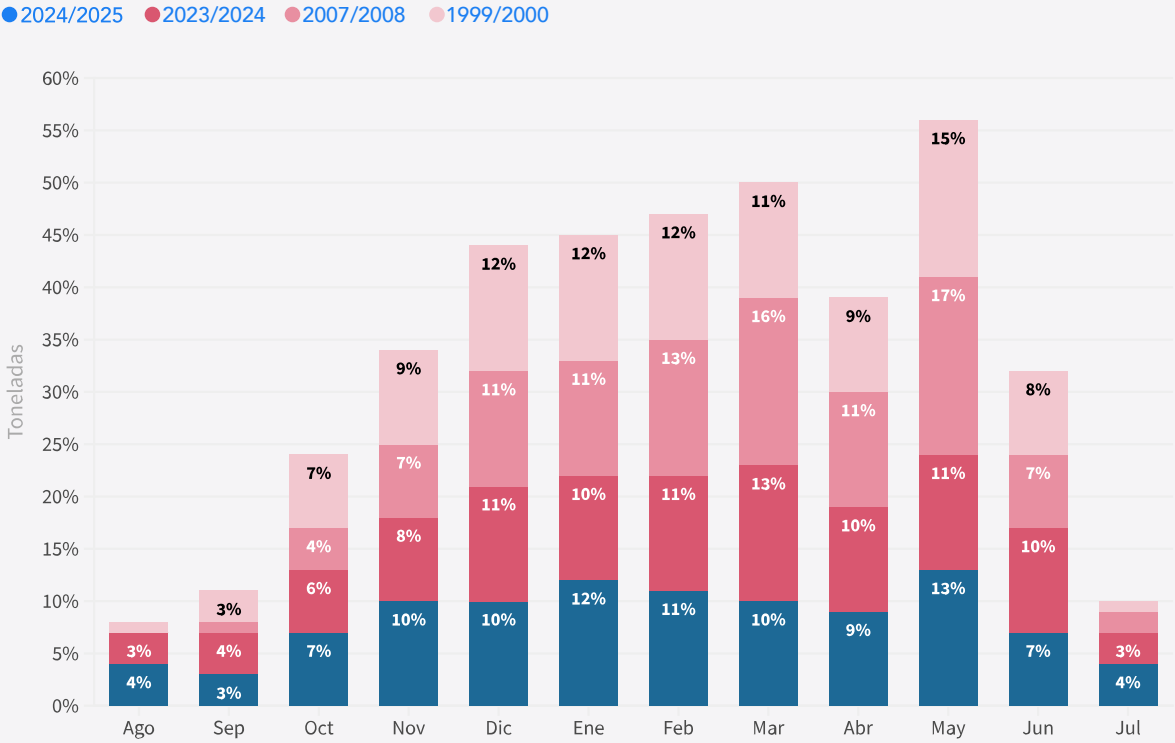


Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	540.013	18%	718.217	12%
Reino Unido	193.527	7%	313.514	17%
Francia	189.244	13%	225.200	8%
Holanda	148.430	-3%	206.318	-15%
Polonia	110.607	-4%	132.729	-9%
Italia	47.348	11%	56.344	-1%
Suecia	46.100	3%	60.852	23%
Suiza	40.103	0%	75.393	-3%
Dinamarca	32.631	28%	62.652	21%
Bélgica	28.970	-1%	46.931	7%
Otros	176.760	28%	214.927	17%
TOTAL	1.553.733	15%	2.113.077	8%

Evolución del volumen comercializado por campañas

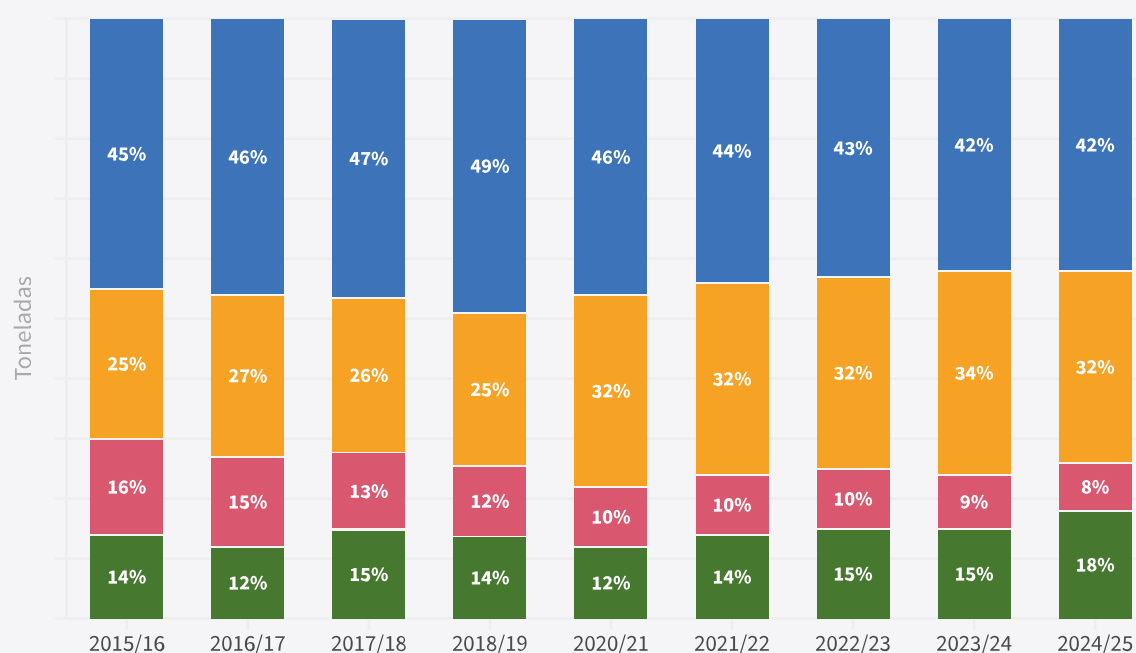


Evolución mensual de la comercialización



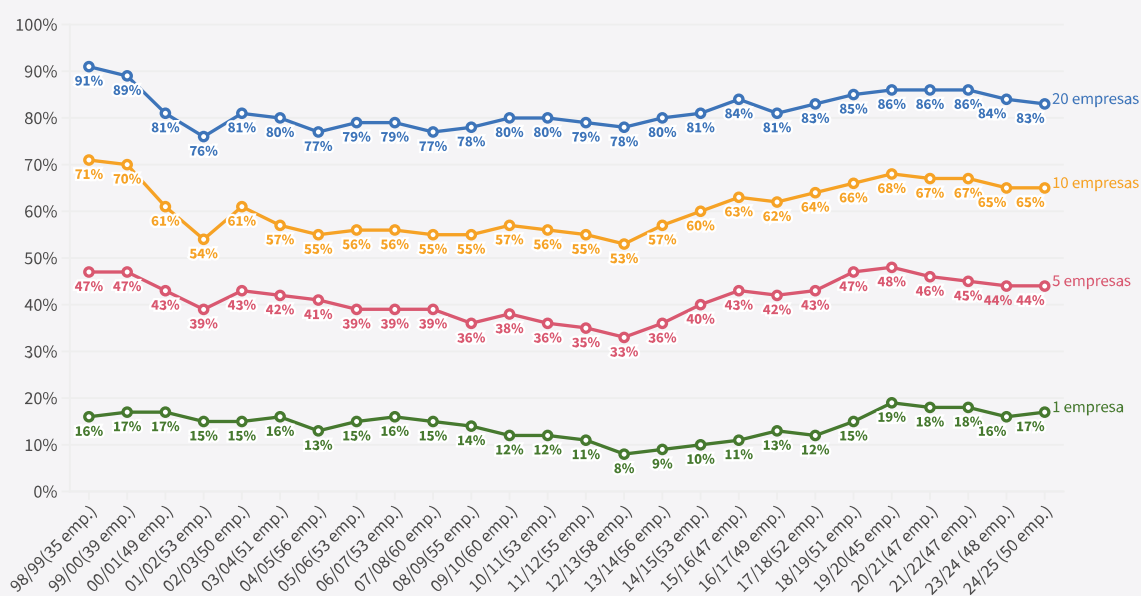
Evolución de la fórmula societaria COEXPHAL

Según volumen comercializado ● S.L ● S.A. ● S.A.T. ● S.C.A.



Evolución concentración de las mayores empresas

Según volumen comercializado por campaña



(*) % que representa el volumen de la mayor empresa asociada a COEXPHAL, así como el acumulado de las 5, 10 y 20 mayores empresas asociadas a COEXPHAL respecto al volumen total de la asociación.

(**) emp.: empresas.



Pimiento

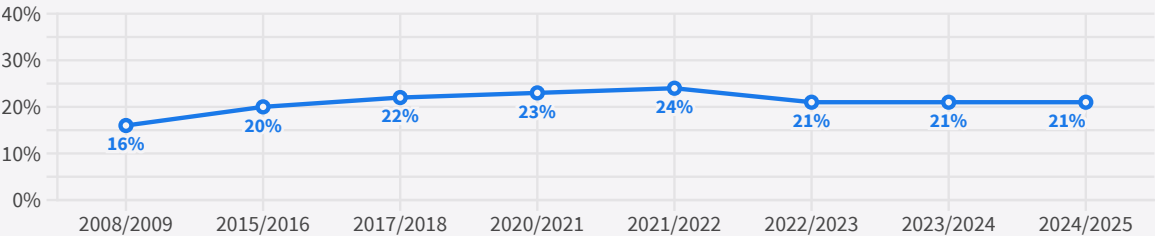
El 35% del pimiento
exportado se destina
a Alemania



Pimiento en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	321.118.087	53 %
Mercado Nacional	284.126.159	47 %
TOTAL	605.244.246	

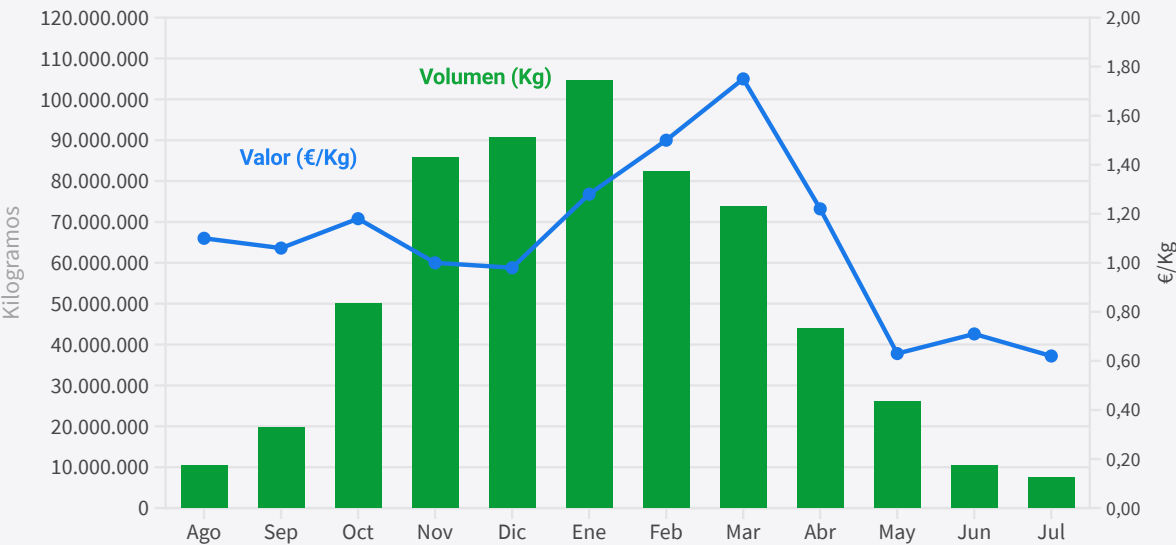
Evolución cuota pimiento respecto total COEXPHAL



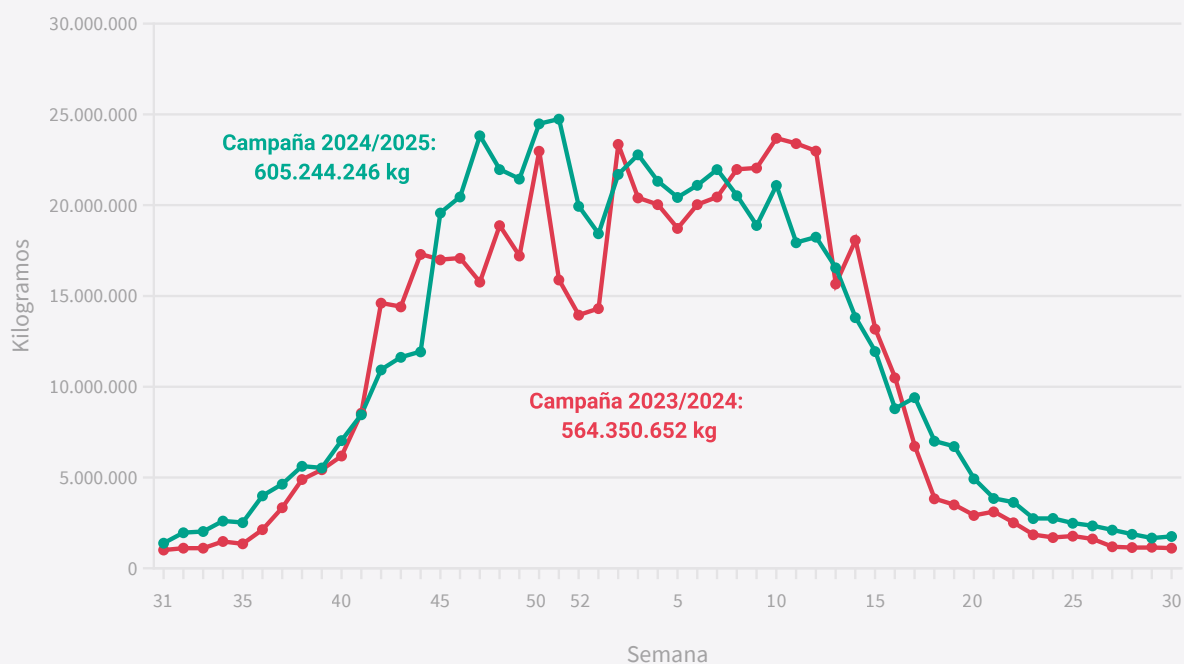
Empresas comercializadoras (36)

Acrena, S.A.T.	Costa de Níjar, S.A.T.	Inver, S.A.T.
Agroaguadulce, S.L.	Costa Ejido, S.A.T.	José y Paco, S.L.
Agroirís, S.A.T.	Dunamar, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Agrosol Export, S.L.	Duniagro, S.A.T.	Murgiverde, S.C.A.
Almagro Nature, S.L.U.	Ecoinver, S.C.A	Naturalia Fresh, S.A.T.
Balcón de Níjar, S.L.	Ejidomar, S.C.A.	Nature Choice, S.A.T.
Biolitoral. S.L.	Frutas Escobi, S.L.	Níjar Sol, S.A.T.
Biosabor, S.A.T.	Grupo Agroponente.	Toledano Hortícola, S.L.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Caparrós Nature, S.L.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.	Vega Cañada, S.A.
Casi, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.	Vicasol, S.C.A.
Coproníjar, S.C.A.	Indasol, S.A.T.	Zoi Agrícola, S.L.

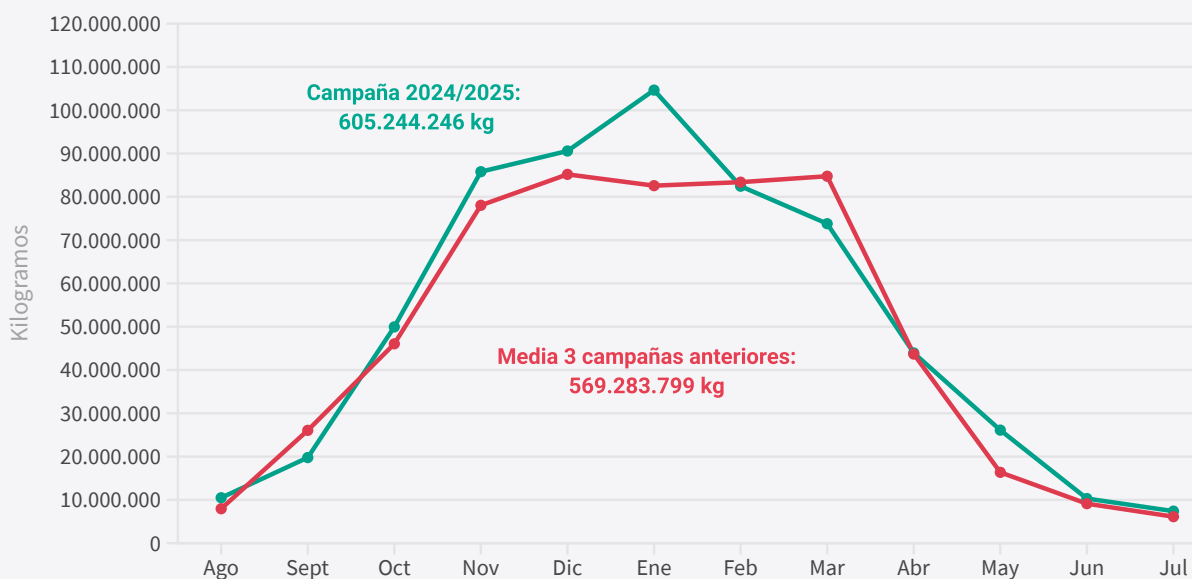
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

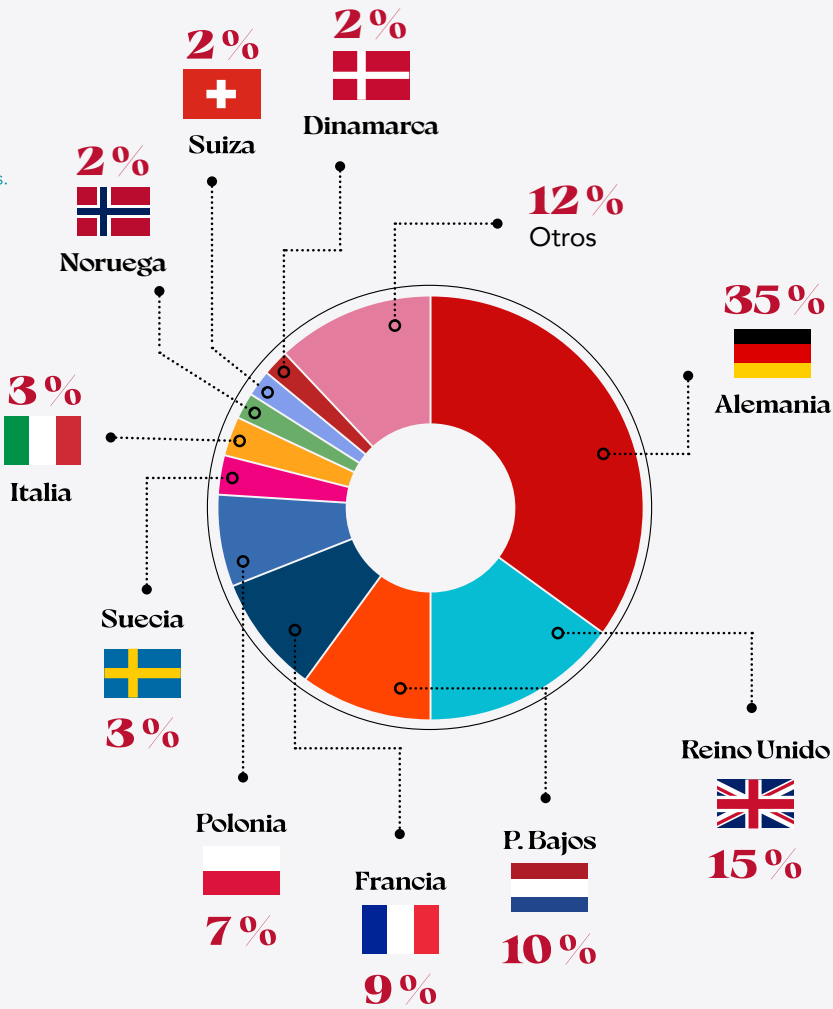


Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 26 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	113.337	13%	250.476	13%
Reino Unido	49.047	17%	89.266	17%
Países Bajos	33.255	-11%	69.169	-11%
Francia	29.658	19%	58.724	19%
Polonia	22.725	-8%	46.133	-8%
Suecia	8.761	6%	22.690	6%
Italia	8.154	24%	14.515	24%
Noruega	7.213	9%	17.601	50%
Suiza	6.224	4%	17.988	4%
Dinamarca	6.212	3%	17.951	3%
Otros	36.531	-7%	76.259	-9%
TOTAL	321.118	5%	680.770	5%



Tomate

Buena campaña para los precios del tomate

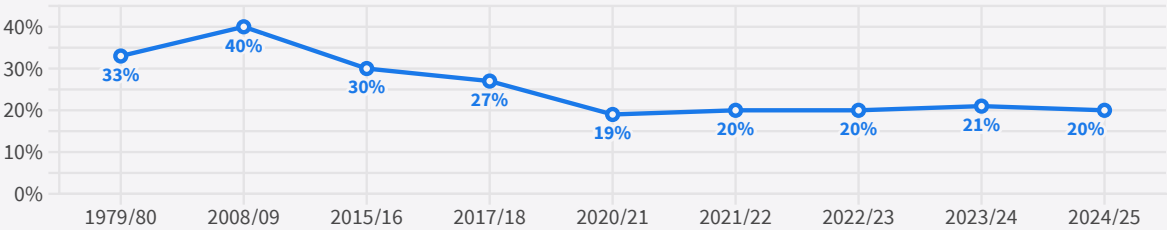


Tomate en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	258 . 424 . 344	45%
Mercado Nacional	312 . 154 . 920	55%
TOTAL	570.579.264	



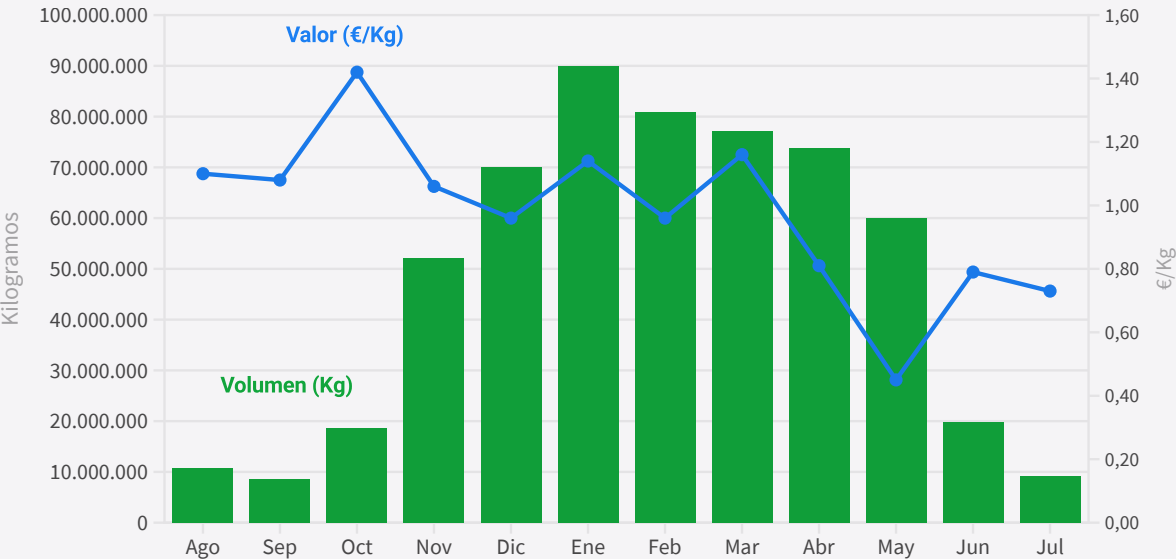
Evolución cuota tomate respecto total COEXPHAL



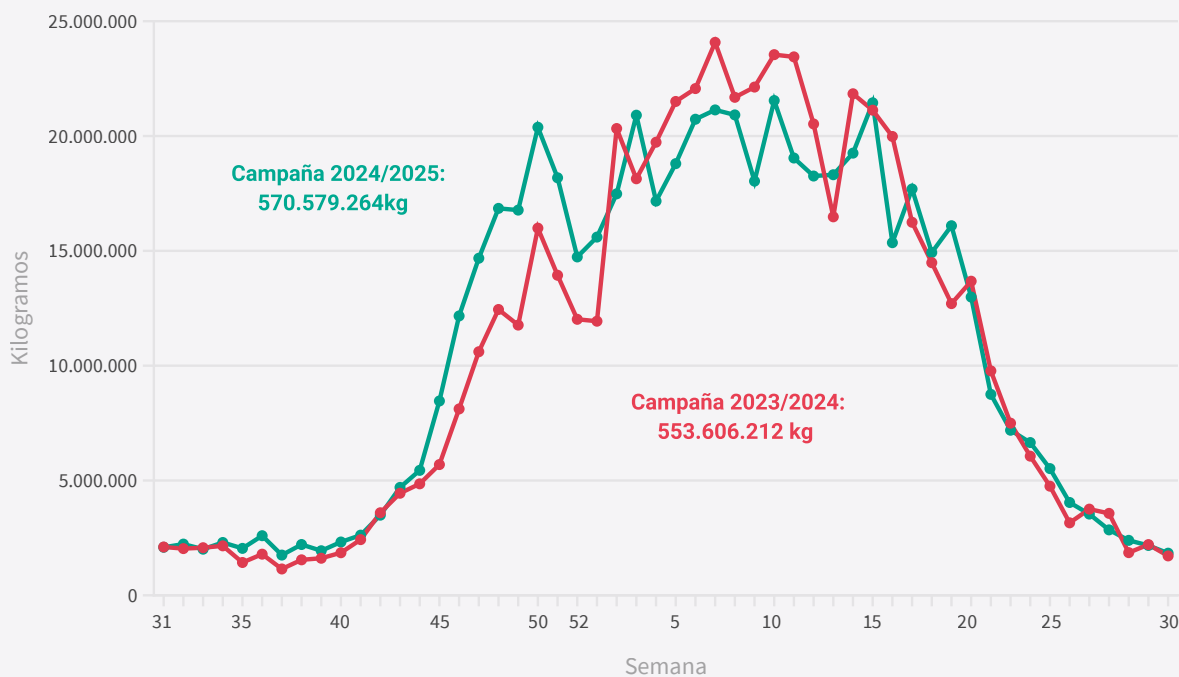
Empresas comercializadoras (37)

Acrena, S.A.T.	Costa Dulce, S.A.T.	José y Paco, S.L.
Agroaguadulce, S.L.	Costa Ejido, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Agroirís, S.A.T.	Cualin quality S.L.	Murgiverde, S.C.A.
Agrosol Export, S.L.	Dunamar, S.A.T.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Almagro Nature, S.L.U.	Duniagro, S.A.T.	Nature Choice, S.A.T.
Balcón de Níjar, S.L.	Ecoinver, S.C.A	Níjar Sol, S.A.T.
Biolitoral. S.L.	Grupo Agroponente.	Toledano Hortícola, S.L.
Biosabor, S.A.T.	Ejidomar, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Vega Cañada, S.A.
Caparrós Nature, S.L.	Hortofruticola Mabe, S.A.T.	Vicasol, S.C.A.
Casi, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.	Zoi Agrícola, S.L.
Coprohñíjar, S.C.A.	Indasol, S.A.T.	
Costa de Níjar, S.A.T.	Inver, S.A.T.	

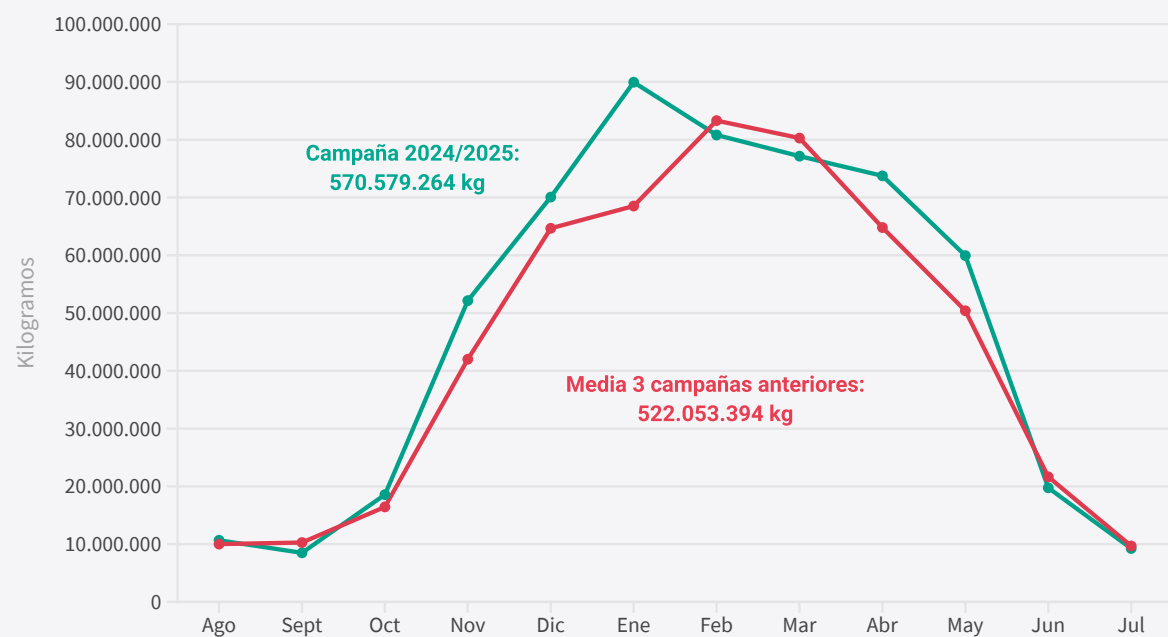
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:



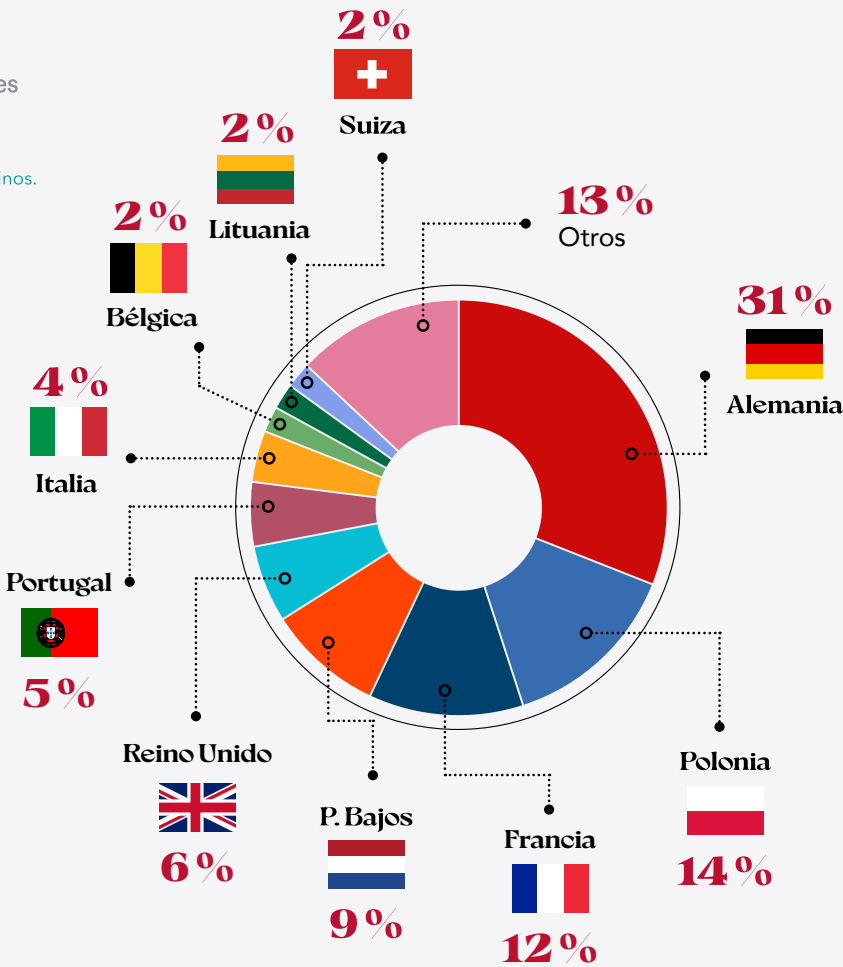
Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



TOMATE

Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 25 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	80.744	11%	169.563	11%
Polonia	36.806	-8%	64.779	-8%
Francia	31.258	-6%	51.264	-6%
Países Bajos	22.606	-18%	47.247	-18%
Reino Unido	16.316	-8%	38.180	-8%
Portugal	11.966	-8%	16.992	-8%
Italia	10.389	-6%	16.103	-6%
Bélgica	5.398	-6%	15.329	28%
Lituania	5.168	7%	12.661	13%
Suiza	5.026	-27%	10.504	-46%
Otros	32.745	5%	68.765	-9%
TOTAL	258.424	-2%	519.432	-2%

Pepino

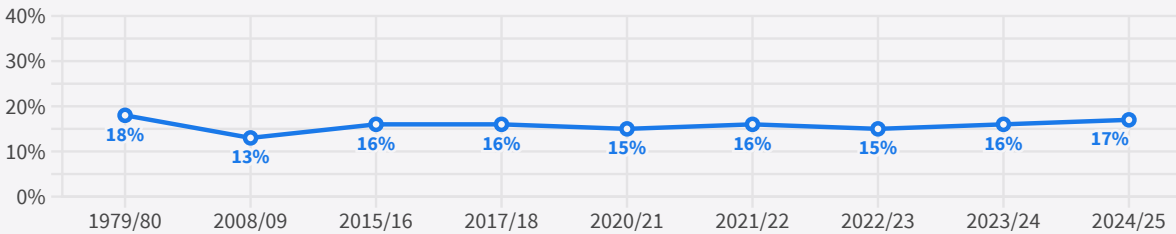
Más del 70% del pepino producido se destina a exportación, siendo Alemania el principal receptor



Pepino en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	355.499.084	71 %
Mercado Nacional	146.231.218	29 %
TOTAL	501.730.302	

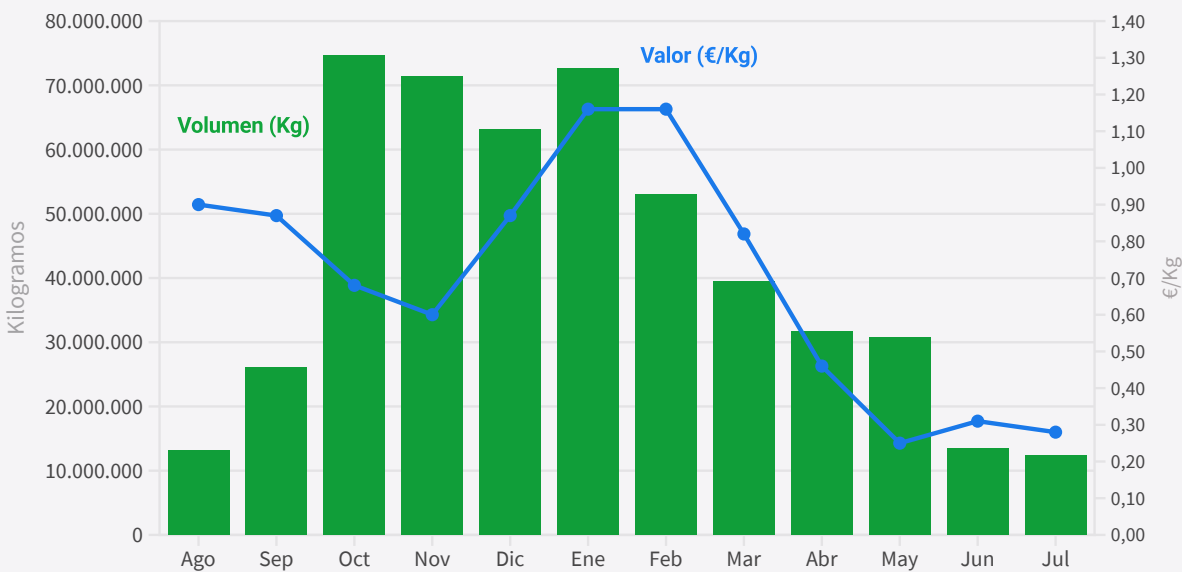
Evolución cuota pepino respecto total COEXPHAL



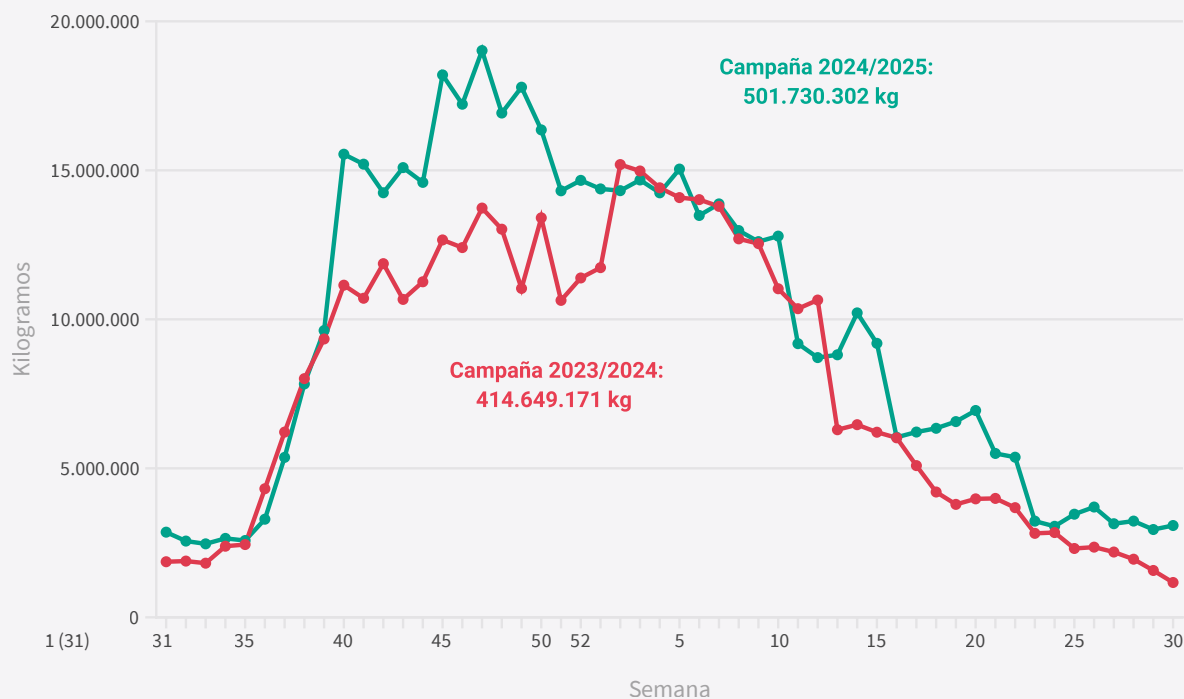
Empresas comercializadoras (35)

Acrena, S.A.T.	Costa Ejido, S.A.T.	José y Paco, S.L.
Agroaguadulce, S.L.	Dunamar, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Agroiris, S.A.T.	Duniagro, S.A.T.	Murgiverde, S.C.A.
Agrosol Export, S.L.	Ecoinver, S.C.A	Naturalia Fresh, S.A.T.
Almagro Nature, S.L.U.	Ejidomar, S.C.A.	Nature Choice, S.A.T.
Biosabor, S.A.T.	Frutas Escobi, S.L.	Níjar Sol, S.A.T.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Grupo Agroponente	Toledano Hortícola, S.L.
Caparrós Nature, S.L.	Hortamar, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Casi, S.C.A.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.	Vega Cañada, S.A.
Coprohñijar, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.	Vicasol, S.C.A.
Costa de Níjar, S.A.T.	Indasol, S.A.T.	Zoi Agrícola, S.L.
Costa Dulce, S.A.T.	Inver, S.A.T.	

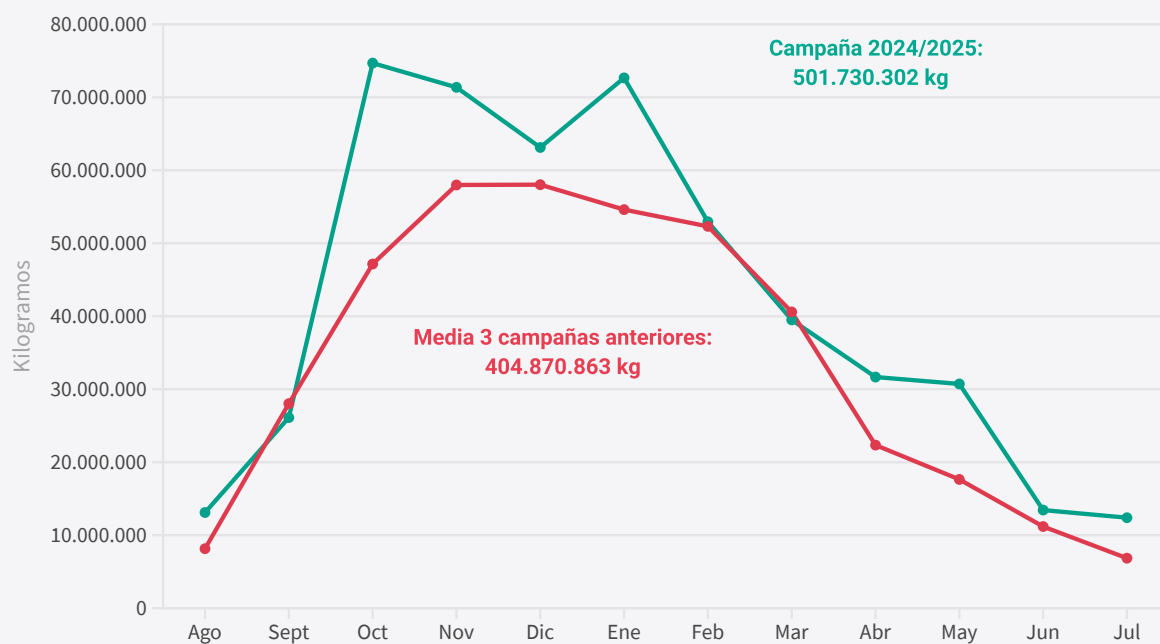
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

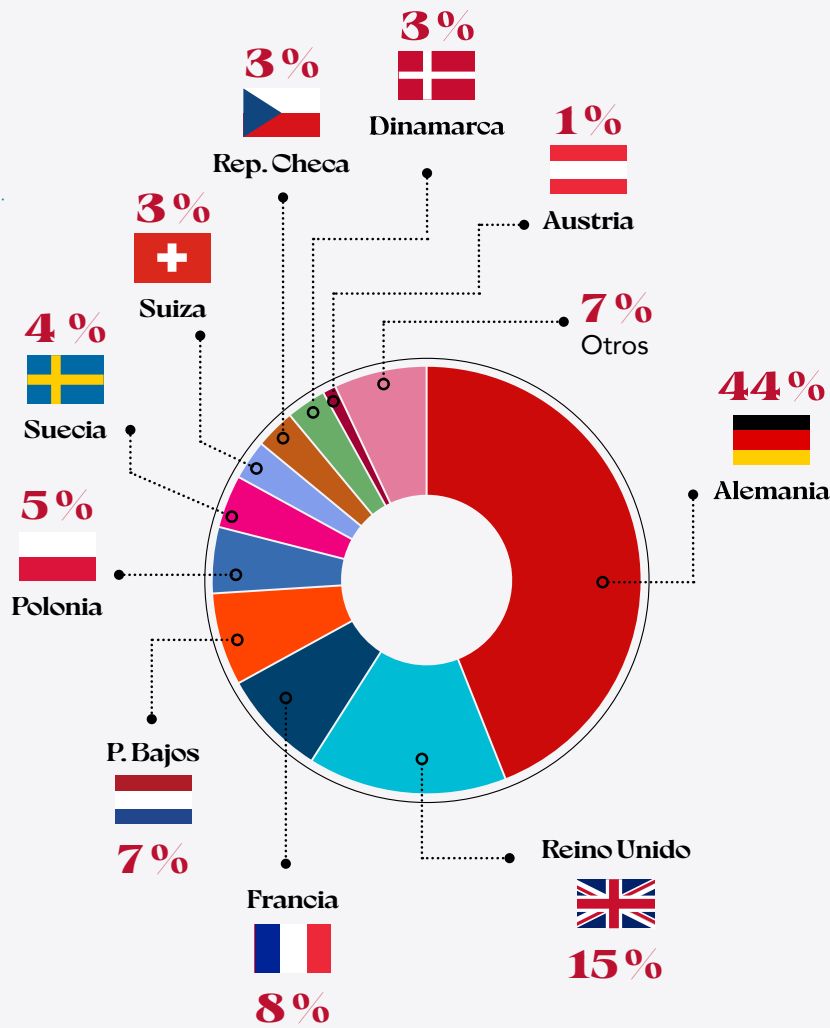


Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 24 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	156.893	32%	227.495	32%
Reino Unido	54.837	18%	73.481	18%
Francia	26.815	18%	41.026	48%
Países Bajos	26.187	17%	31.948	-7%
Polonia	17.220	31%	28.757	31%
Suecia	14.197	11%	17.888	-16%
Suiza	10.496	3%	20.783	3%
República Checa	10.355	-7%	17.292	24%
Dinamarca	10.193	36%	18.755	36%
Austria	5.216	26%	9.962	26%
Otros	23.092	25%	31.641	29%
TOTAL	355.499	23%	519.029	23%



Calabacín

Precios bajos, especialmente
en el último trimestre de la
campaña



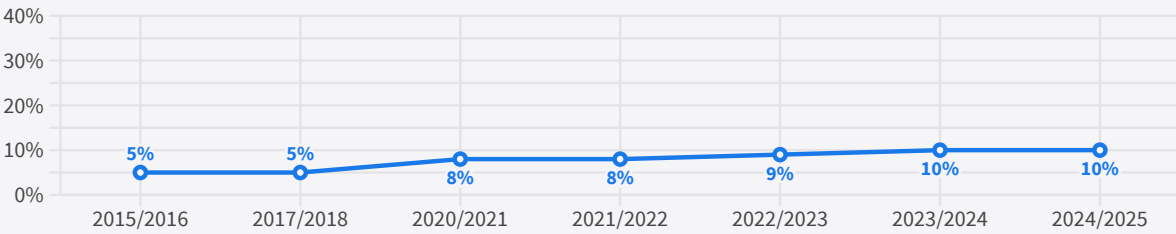
Calabacín en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	155.007.650	53 %
Mercado Nacional	137.791.479	47 %
TOTAL	292.799.129	



CALABACÍN

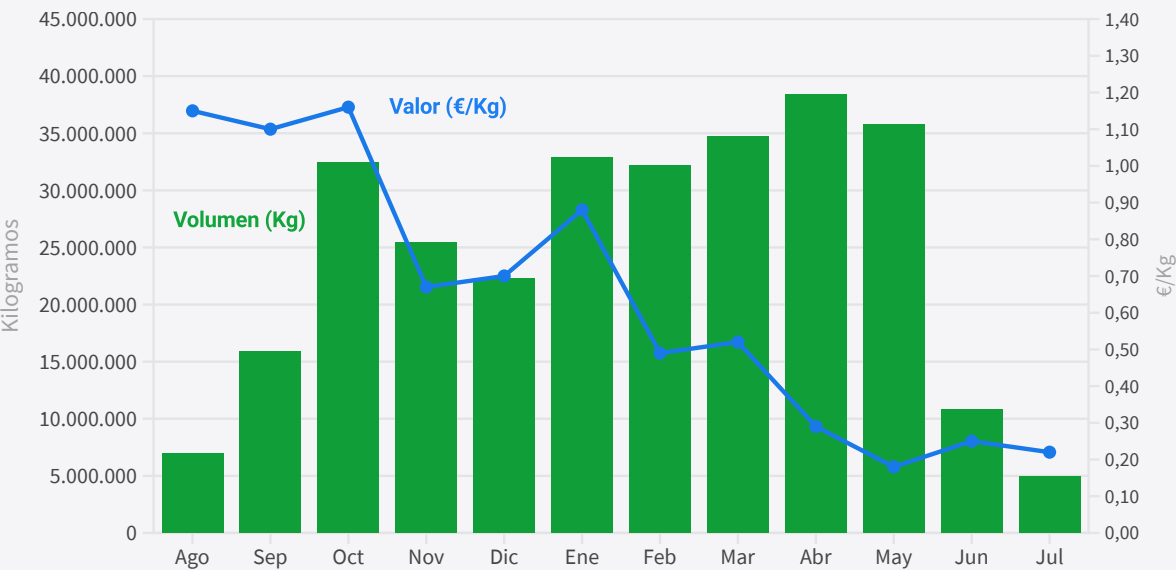
Evolución cuota calabacín respecto total COEXPHAL



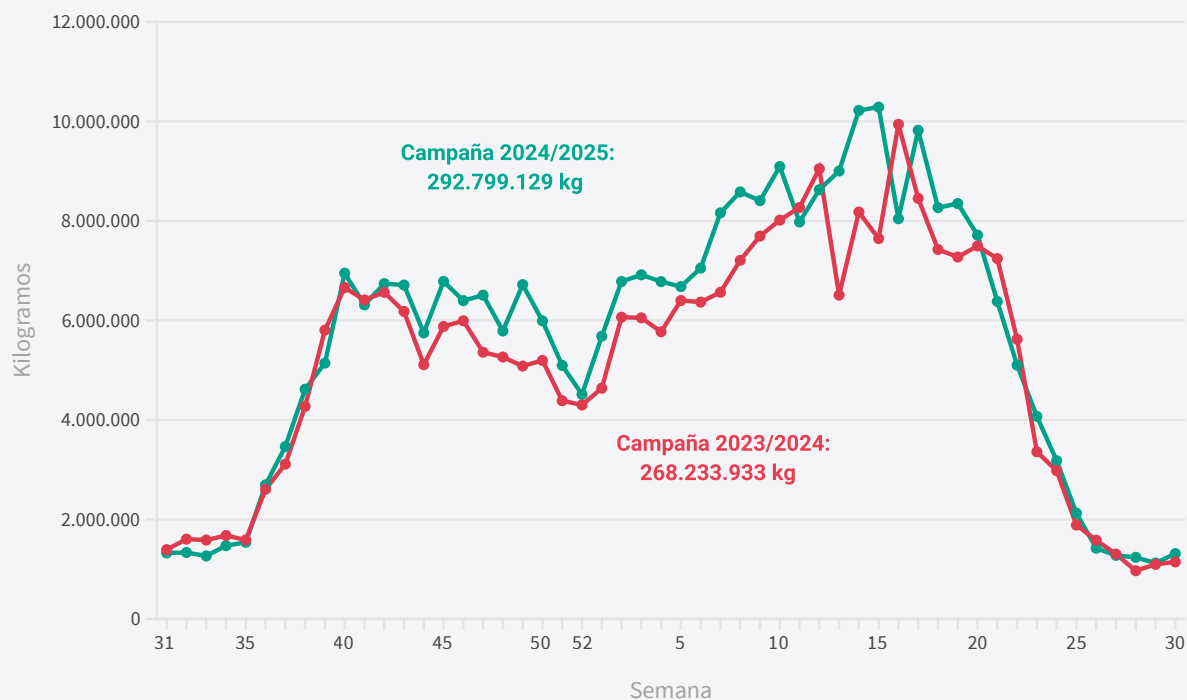
Empresas comercializadoras (42)

Acrena, S.A.T.	Casi, S.C.A.	Hortamar, S.C.A.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Agrícola Navarro de Haro, S.L.	Coprohñjar, S.C.A.	Hortofrutícola Las Norias, S.L.	Nature Choice, S.A.T.
Agroaguadulce, S.L.	Costa de Níjar, S.A.T.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.	Níjar Sol, S.A.T.
Agroiris, S.A.T.	Costa Dulce, S.A.T.	Import Export Fruva, S.L.	Toledano Hortícola, S.L.
Agrosol Export, S.L.	Costa Ejido, S.A.T.	Indasol, S.A.T.	Tomasol, S.A.T.
Almagro Nature, S.L.U.	Dunamar, S.A.T.	Inver, S.A.T.	Unica Group, S.C.A.
Berdea, SAT	Duniagro, S.A.T.	José y Paco, S.L.	Vega Cañada, S.A.
Biolitoral. S.L.	Ecoinver, S.C.A	La Ñeca, S.A.T.	Vicasol, S.C.A.
Biosabor, S.A.T.	Ejidomar, S.C.A.	Las Hortichuelas, S.A.T.	Zoi Agrícola, S.L.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Frutas Escobi, S.L.	LQA Thinking Organic, S.L.	
Caparrós Nature, S.L.	Grupo Agroponente.	Murgiverde, S.C.A.	

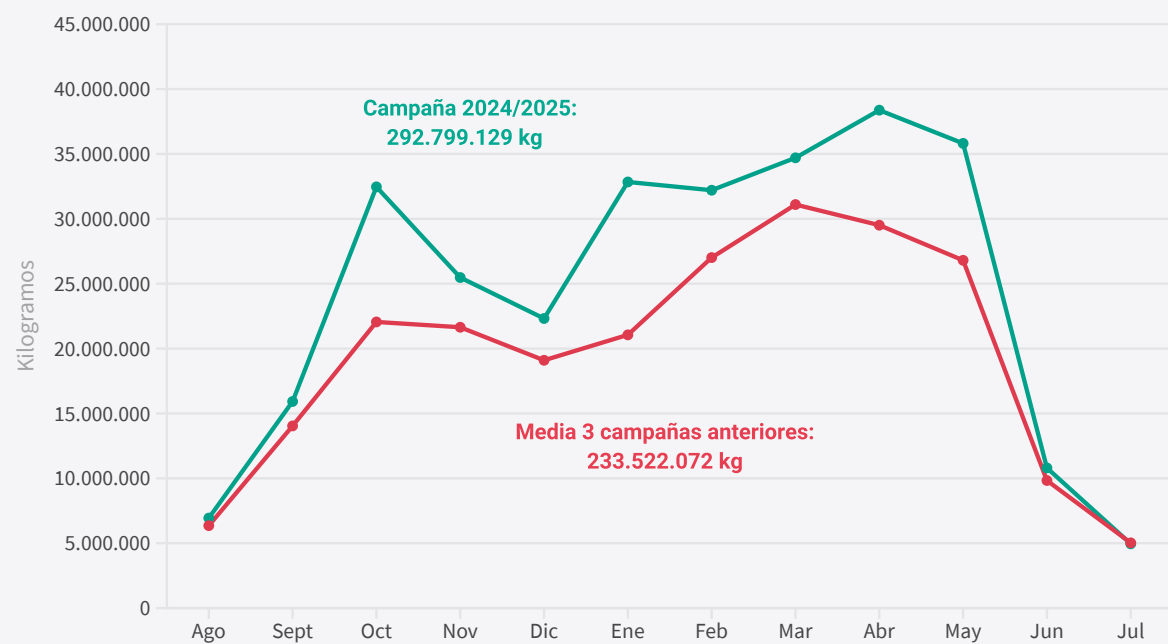
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:



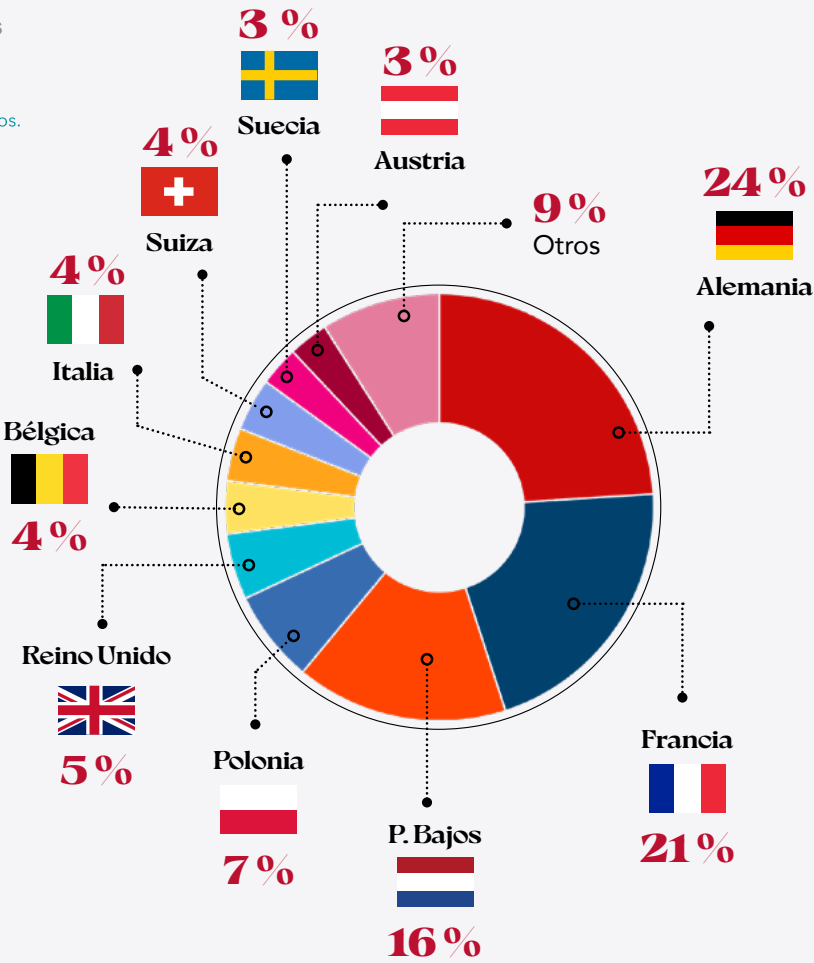
Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



CALABACÍN

Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 26 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	36.674	16%	41.441	16%
Francia	32.360	18%	35.273	18%
Países Bajos	25.131	1%	29.151	1%
Polonia	11.011	3%	11.562	3%
Reino Unido	7.431	-4%	9.884	-4%
Bélgica	6.973	-3%	9.553	-3%
Italia	6.684	14%	7.018	14%
Suiza	6.208	-7%	9.870	-7%
Suecia	3.980	20%	3.980	20%
Austria	3.899	24%	5.614	24%
Otros	14.658	-6%	14.913	-3%
TOTAL	155.008	8%	178.259	8%

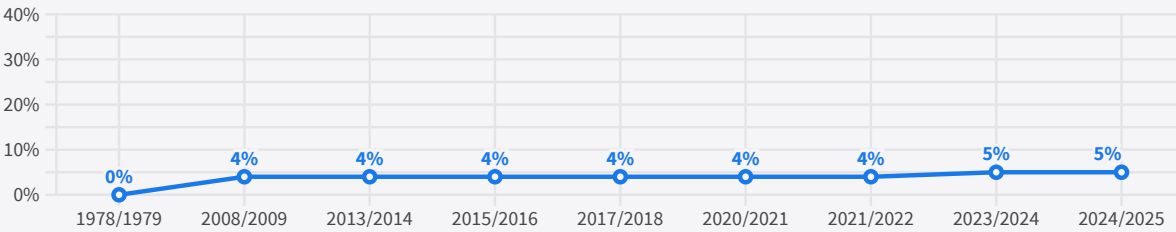
Los precios de la berenjena han fluctuado durante toda la campaña para finalmente mostrar un incremento medio



Berenjena en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	69.252.716	51 %
Mercado Nacional	65.251.961	49 %
TOTAL	134.504.677	

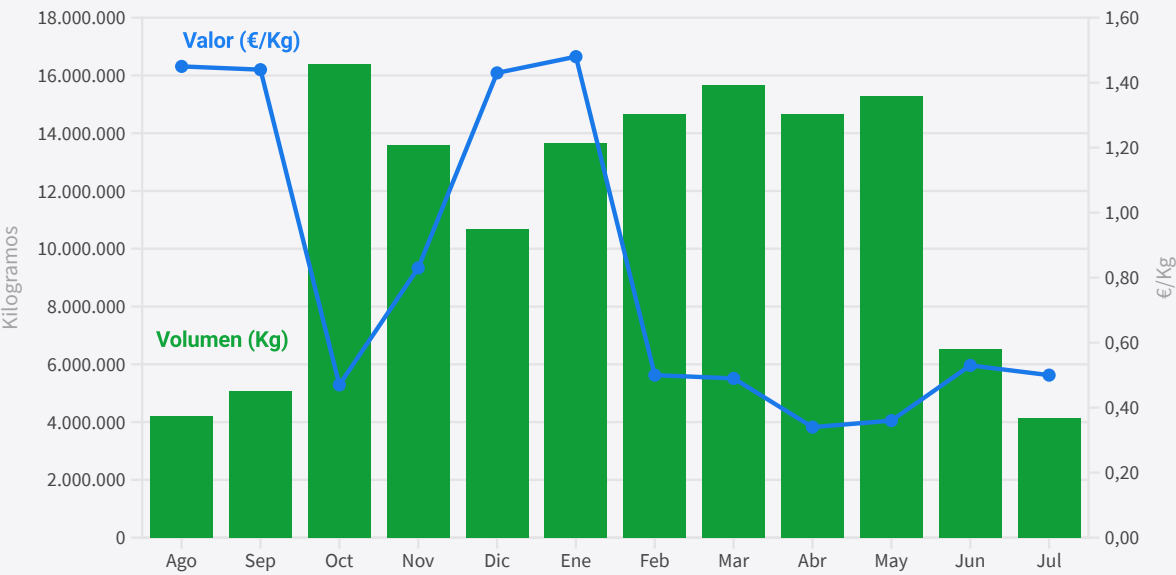
Evolución cuota berenjena respecto total COEXPHAL



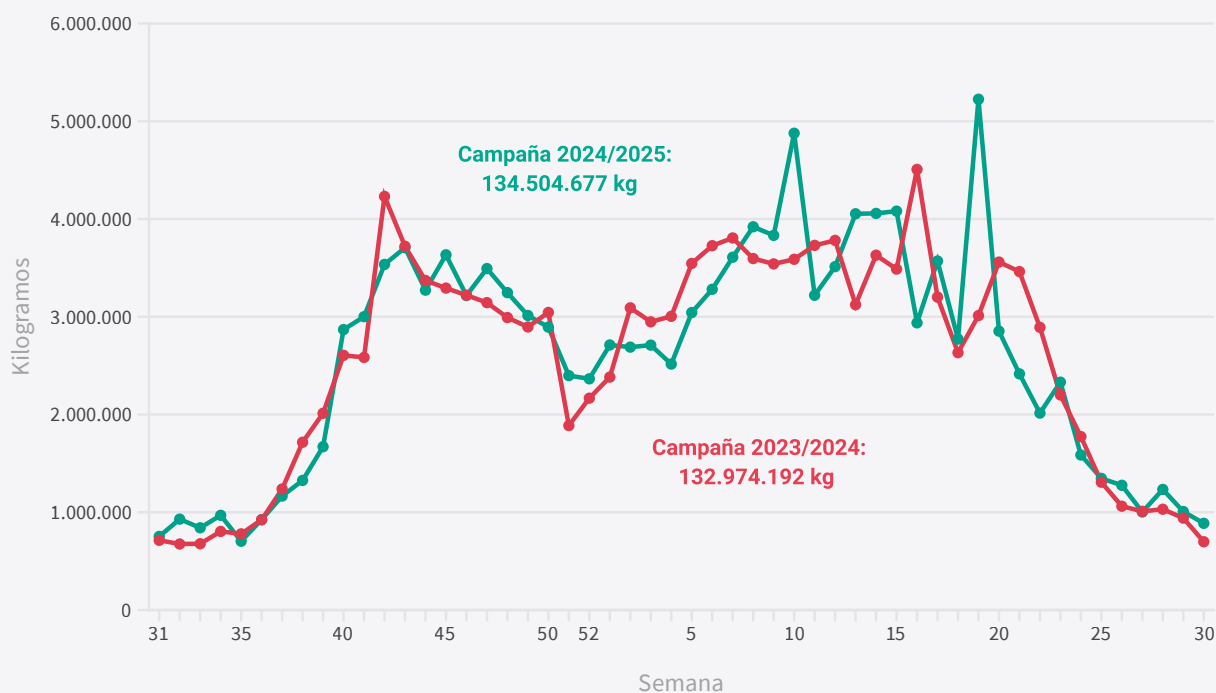
Empresas comercializadoras (35)

Acrena, S.A.T.	Costa Ejido, S.A.T.	José y Paco, S.L.
Agroaguadulce, S.L.	Dunamar, S.A.T.	La Ñeca, S.A.T.
Agroiris, S.A.T.	Duniagro, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Almagro Nature, S.L.U.	Ecoinver, S.C.A	Murgiverde, S.C.A.
Berdea, SAT	Ejidomar, S.C.A.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Biolitoral. S.L.	Frutas Escobi, S.L.	Nature Choice, S.A.T.
Biosabor, S.A.T.	Grupo Agroponente.	Toledano Horticola, S.L.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Caparrós Nature, S.L.	Hortofruticola Mabe, S.A.T.	Vega Cañada, S.A.
Casi, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.	Vicasol, S.C.A.
Costa de Níjar, S.A.T.	Indasol, S.A.T.	Zoi Agrícola, S.L.
Costa Dulce, S.A.T.	Inver, S.A.T.	

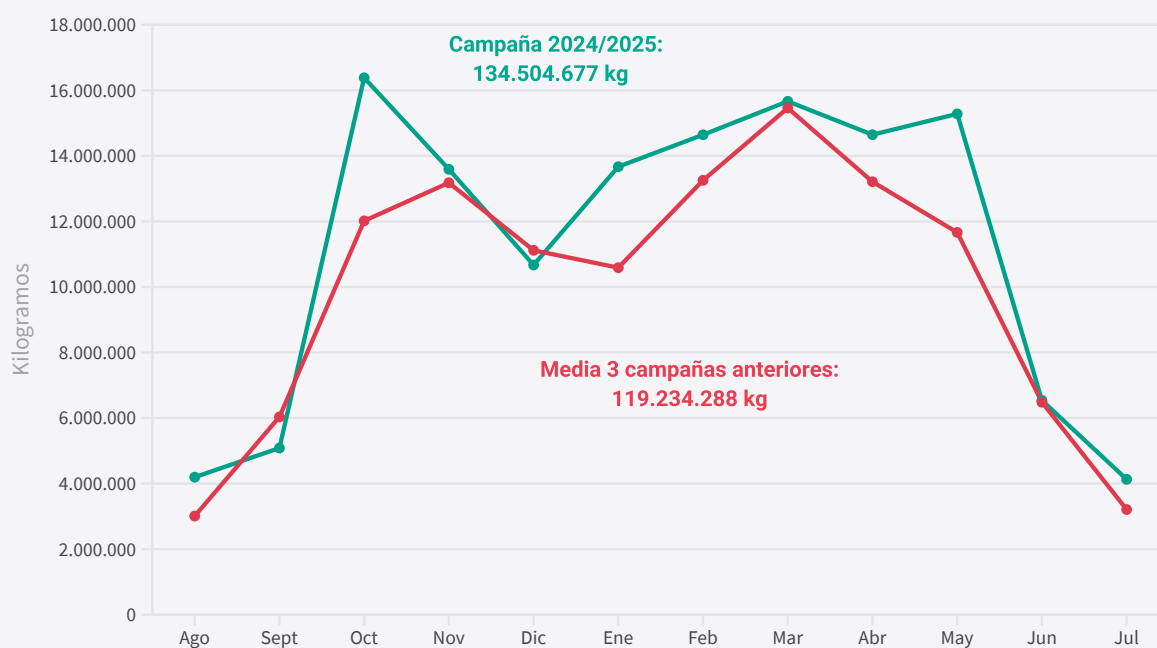
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:



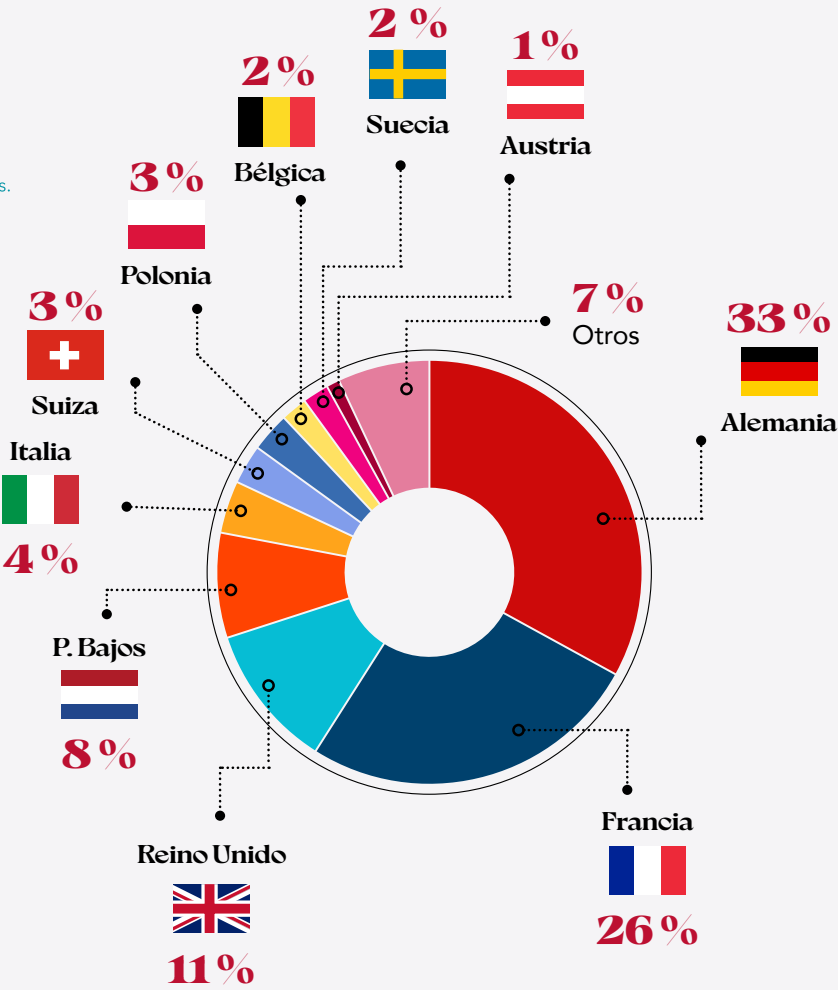
Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



BERENJENA

Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 25 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	22.732	12%	28.642	11%
Francia	17.980	9%	19.958	4%
Reino Unido	7.372	-1%	12.532	6%
Países Bajos	5.628	-16%	7.767	-12%
Italia	2.608	-15%	2.843	-10%
Suiza	2.375	5%	3.966	6%
Polonia	1.974	-36%	2.448	-38%
Bélgica	1.644	-6%	2.713	-1%
Suecia	1.324	6%	1.906	23%
Austria	1.001	-20%	1.701	10%
Otros	4.615	-4%	2.090	-40%
TOTAL	69.253	1%	86.566	2%



Sandía

Ligero aumento en la comercialización e incrementos significativos en precios

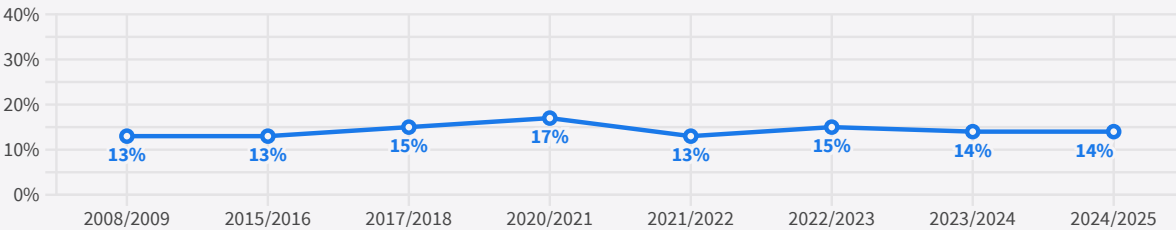


Sandía en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	203.187.077	49 %
Mercado Nacional	213.570.819	51 %
TOTAL	416.757.896	



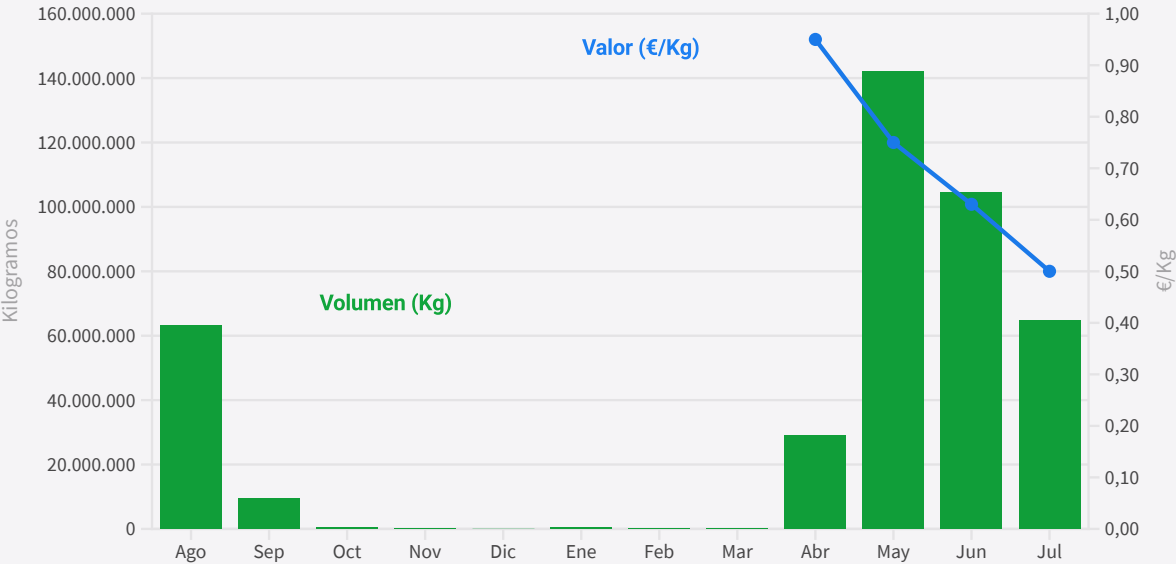
Evolución cuota sandía respecto total COEXPHAL



Empresas comercializadoras (34)

Acrena, S.A.T.	Costa Dulce, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Agrícola Navarro de Haro, S.L.	Costa Ejido, S.A.T.	Murgiverde, S.C.A.
Agroaguadulce, S.L.	Dunamar, S.A.T.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Agroiris, S.A.T.	Duniagro, S.A.T.	Nature Choice, S.A.T.
Agrupapulpi, S.A.	Ecoinver, S.C.A	Níjar Sol, S.A.T.
Almagro Nature, S.L.U.	Ejidomar, S.C.A.	Toledano Hortícola, S.L.
Biosabor, S.A.T.	Grupo Agroponente.	Tomasol, S.A.T.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Caparrós Nature, S.L.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.	Vega Cañada, S.A.
Casi, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.	Vicasol, S.C.A.
Coprohñijar, S.C.A.	Indasol, S.A.T.	
Costa de Níjar, S.A.T.	José y Paco, S.L.	

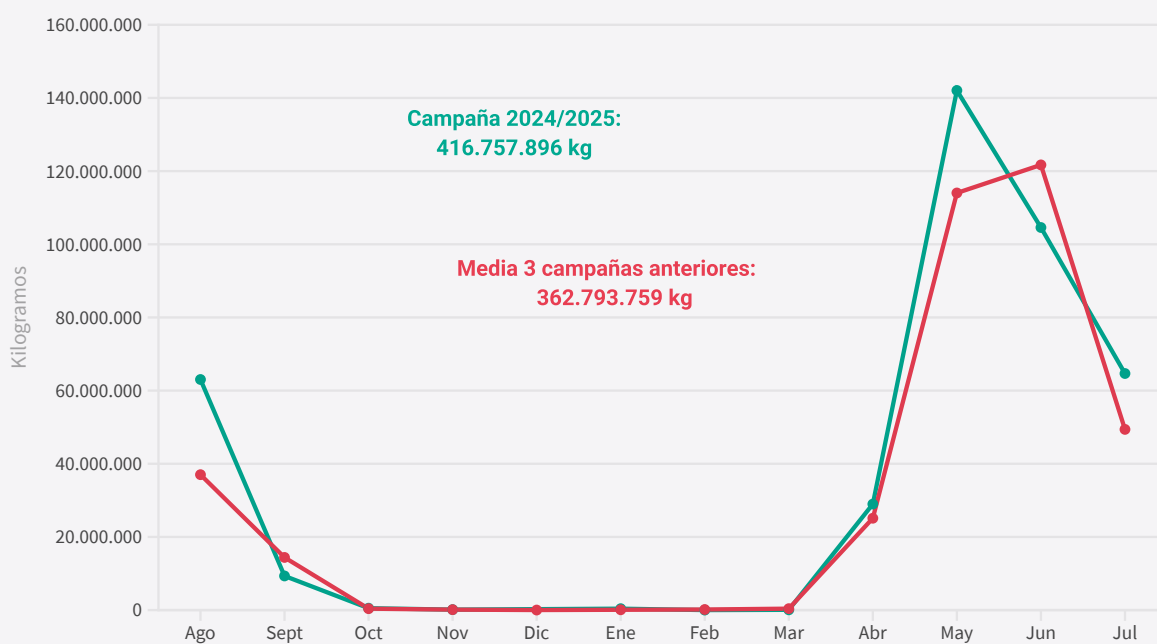
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

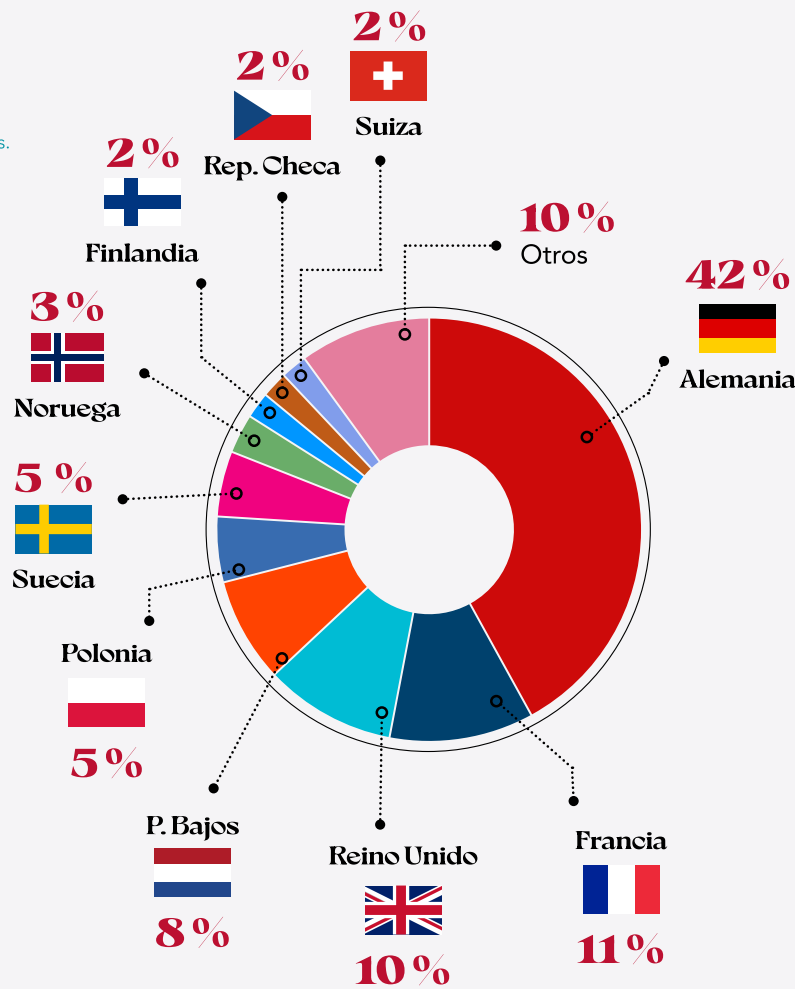


Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 22 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	85.231	21%	58.809	21%
Francia	22.402	23%	16.577	23%
Reino Unido	19.203	8%	14.210	8%
Países Bajos	16.930	8%	10.835	8%
Polonia	9.569	-29%	5.742	-29%
Suecia	9.398	-7%	7.049	-7%
Noruega	6.736	-16%	5.457	-16%
Finlandia	4.780	18%	4.255	59%
República Checa	4.058	-17%	3.003	-17%
Suiza	4.015	6%	3.493	4%
Otros	20.864	36%	14.833	24%
TOTAL	203.187	12%	144.263	12%

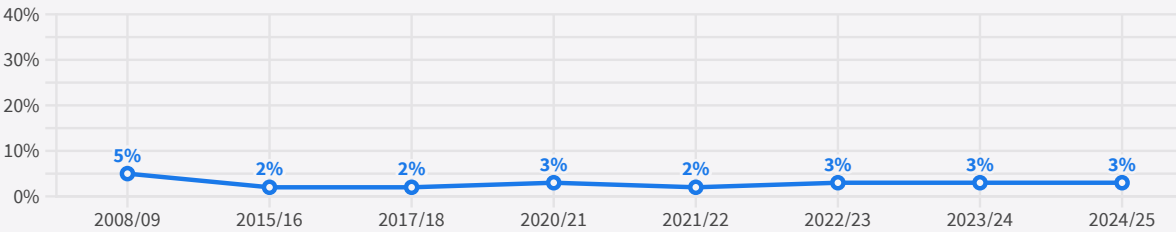
Aumenta la cantidad
comercializada de melón



Melón en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	40.071.956	48 %
Mercado Nacional	43.511.854	52 %
TOTAL	83.583.810	

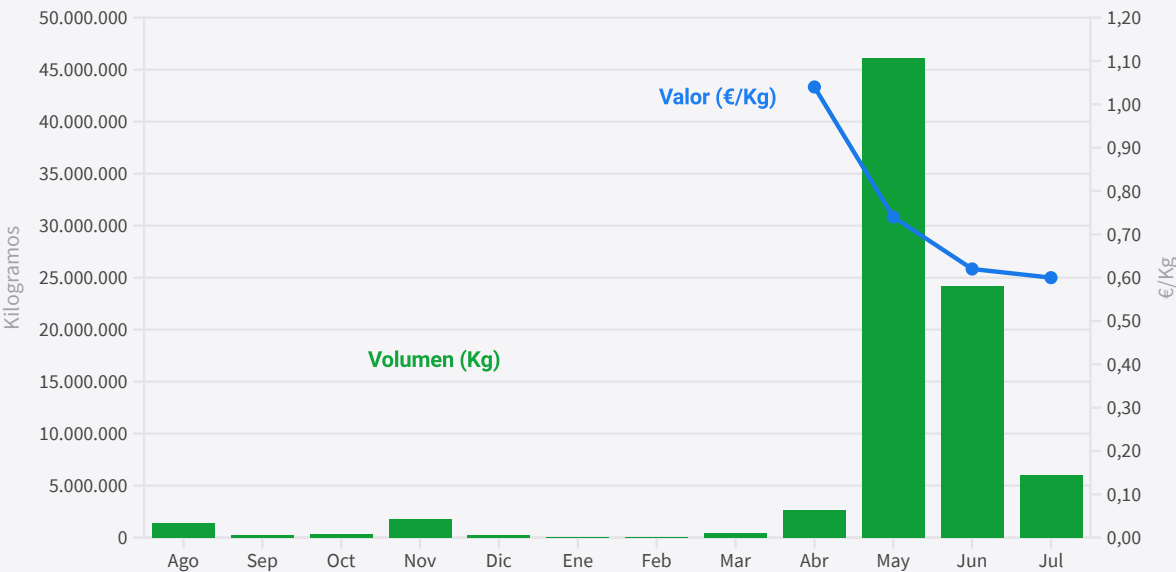
Evolución cuota melón respecto total COEXPHAL



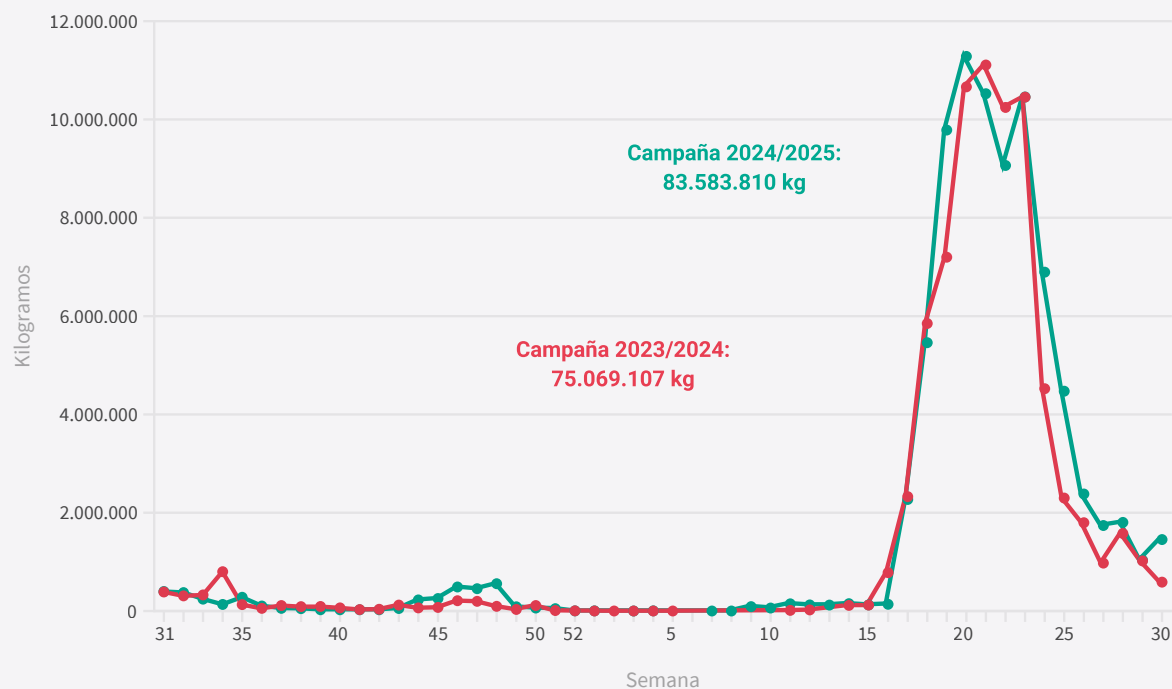
Empresas comercializadoras (30)

Acrena, S.A.T.	Duniagro, S.A.T.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Agroaguadulce, S.L.	Ecoinver, S.C.A	Nature Choice, S.A.T.
Agroiris, S.A.T.	Ejidomar, S.C.A.	Níjar Sol, S.A.T.
Agrupapulpi, S.A.	Frutas Escobi, S.L.	Unica Group, S.C.A.
Almagro Nature, S.L.U.	Grupo Agroponiente.	Vega Cañada, S.A.
Biosabor, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Vicasol, S.C.A.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.	
Caparrós Nature, S.L.	Indasol, S.A.T.	
Casi, S.C.A.	Inver, S.A.T.	
Costa de Níjar, S.A.T.	José y Paco, S.L.	
Costa Ejido, S.A.T.	Las Hortichuelas, S.A.T.	
Dunamar, S.A.T.	Murgiverde, S.C.A.	

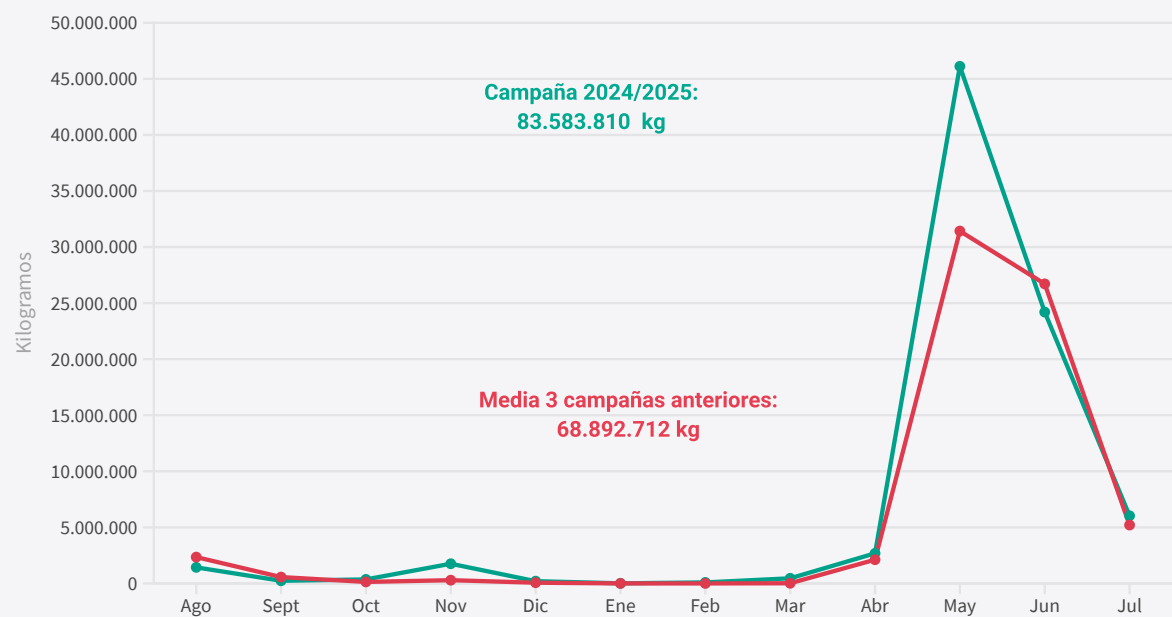
Comercialización mensual



Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

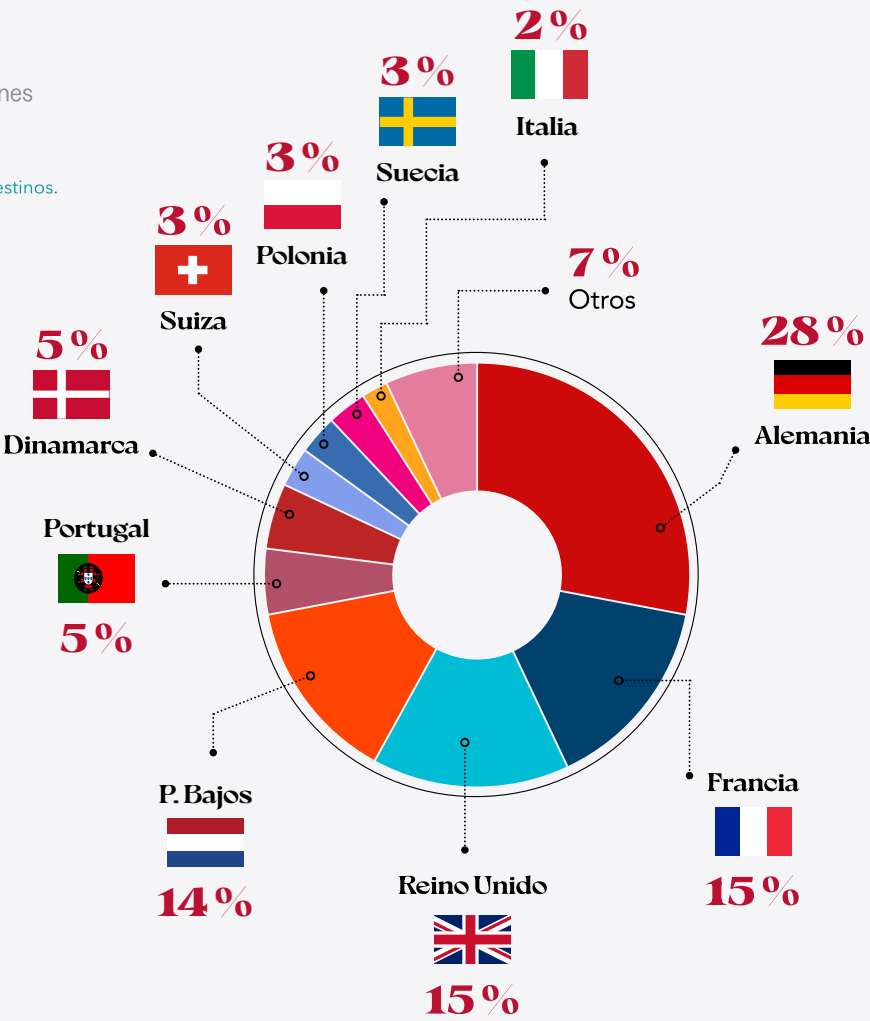


Comparativa comercialización campaña 2024/2025 respecto a la media de las 3 campañas anteriores:



Destino exportaciones
por volumen

(*) Otros: incluye 20 destinos.



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Alemania	10.998	-18%	9.898	-18%
Francia	6.136	-4%	4.479	-20%
Reino Unido	6.006	11%	6.607	11%
Países Bajos	5.414	2%	4.765	23%
Portugal	2.116	62%	2.116	110%
Dinamarca	1.938	89%	2.597	136%
Suiza	1.365	44%	1.146	-10%
Polonia	1.354	19%	1.043	9%
Suecia	1.236	19%	1.038	0%
Italia	887	-9%	949	-9%
Otros	2.623	23%	1.428	14%
Total	40.072	3%	36.065	3%



Acaba la campaña con precios ligeramente negativos



Empresas comercializadoras (8)

- Agrícola Navarro de Haro, S.L.

Agropulpí, S.A.

Caparrós Nature, S.L.

Grupo Agroponiente.
- Primaflor, S.A.T.

Tomasol, S.A.T.

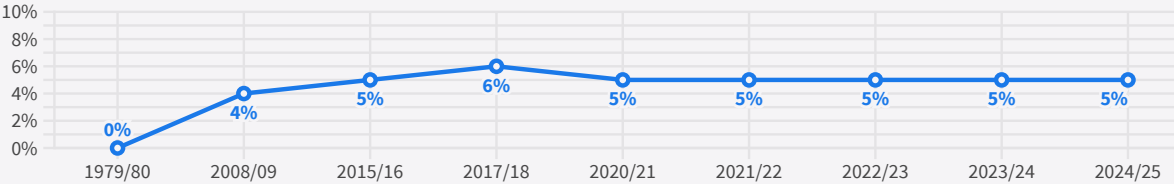
Unica Group, S.C.A.

Zoi Agrícola, S.L.

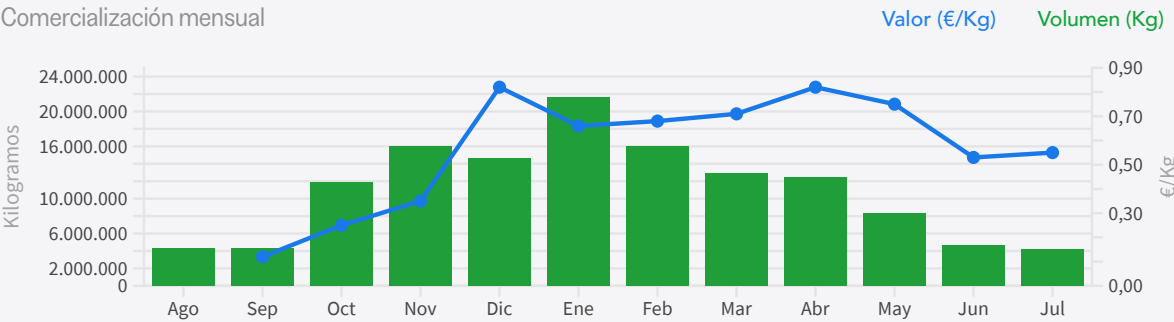
Lechuga en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	80.378.062	61 %
Mercado Nacional	50.914.732	39 %
TOTAL	131.292.794	

Evolución cuota lechuga respecto total COEXPHAL

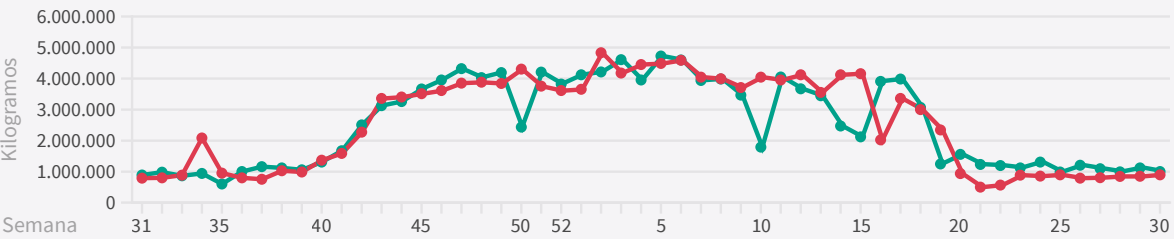


Comercialización mensual

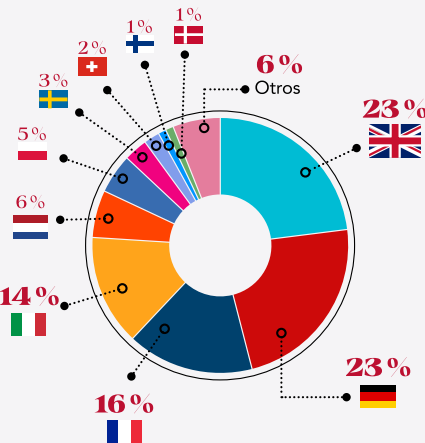


Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

Campaña 2024/2025: 131.292.794 kg Campaña 2023/2024: 132.894.392 kg



Destino exportaciones por volumen



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
R. Unido	18.658	-16%	28.733	-2%
Alemania	18.278	-17%	19.740	-27%
Francia	12.822	19%	17.822	14%
Italia	10.914	12%	10.914	-3%
P. Bajos	4.893	8%	6.263	4%
Polonia	3.727	-12%	3.131	-26%
Suecia	2.179	-1%	4.140	59%
Suiza	2.056	-18%	1.851	-66%
Finlandia	1.182	-18%	957	-21%
Noruega	798	-19%	1.022	-28%
Otros	4.872	-6%	274	-94%
TOTAL	80.378	-7%	94.846	-13%

(*) Otros: incluye 17 destinos.

Francia triplica su importación. Países Bajos se desploma



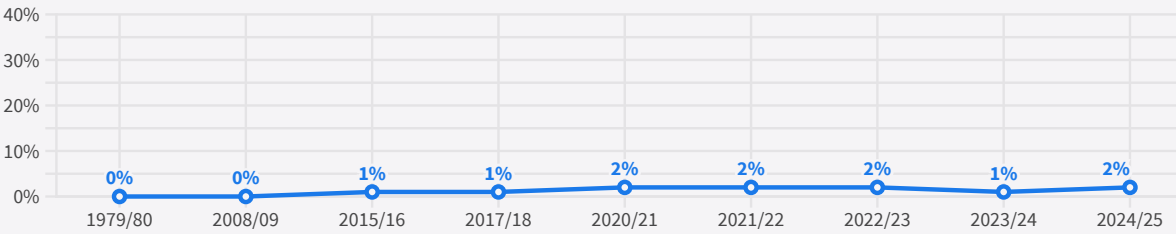
Empresas comercializadoras (7)

- Agrícola Navarro de Haro, S.L.
- Agrupapulpí, S.A.
- Albentillas, S.C.A.
- Cítricos del Andarax, S.A.T.
- Grupo Agroponiente
- Unica Group, S.C.A.
- Vega Cañada, S.A.

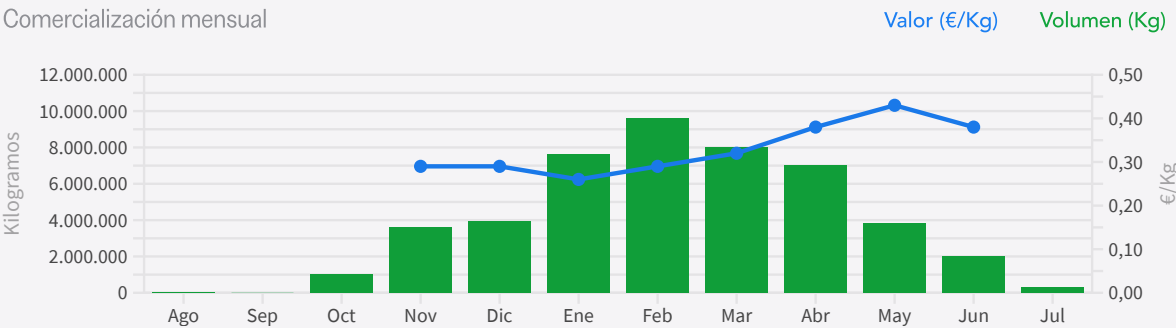
Naranja en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	11.803.070	25 %
Mercado Nacional	35.213.896	75 %
TOTAL	47.016.966	

Evolución cuota naranja respecto total COEXPHAL

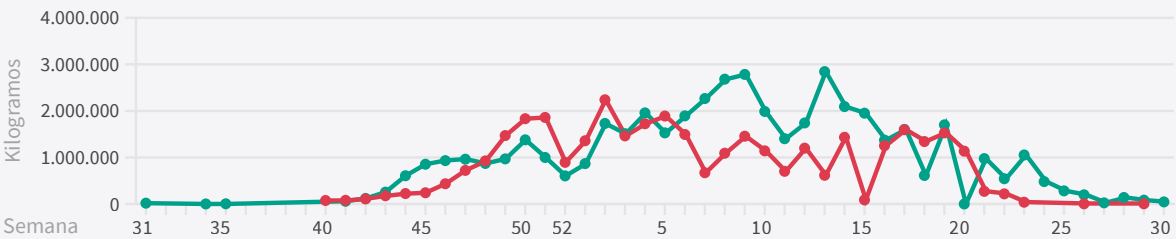


Comercialización mensual

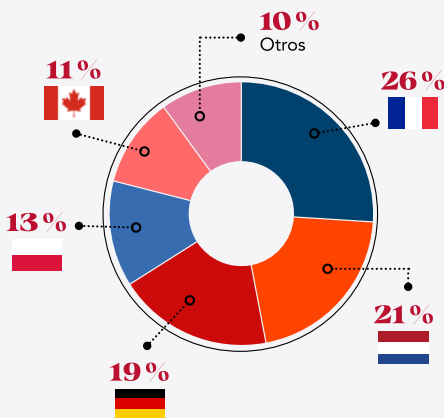


Comparativa comercialización semanal campaña 2024/2025 respecto a la campaña anterior:

Campaña 2024/2025: 47.016.966 kg Campaña 2023/2024: 35.030.931 Kg



Destino exportaciones por volumen



Países	Tm	Var. % Tm respecto 23/24	Miles €	Var. % Miles € respecto 23/24
Francia	3.101	137%	2.853	137%
P. Bajos	2.521	-40%	2.219	-40%
Alemania	2.176	181%	2.220	171%
Polonia	1.477	18%	1.329	4%
Canadá	1.327	72%	2.389	191%
Otros	1.200	-43%	2.161	-14%
TOTAL	11.803	11%	11.685	11%

(*) Otros: incluye 18 destinos.



NARANJA



Ecológico

Los precios medios han estado un 11% por encima de la media de la campaña pasada



Ecológico en cifras

Destino	Volumen (Kilos)	% sobre total
Exportación	180.846.247	52 %
Mercado Nacional	163.847.053	48 %
TOTAL	344.693.300	

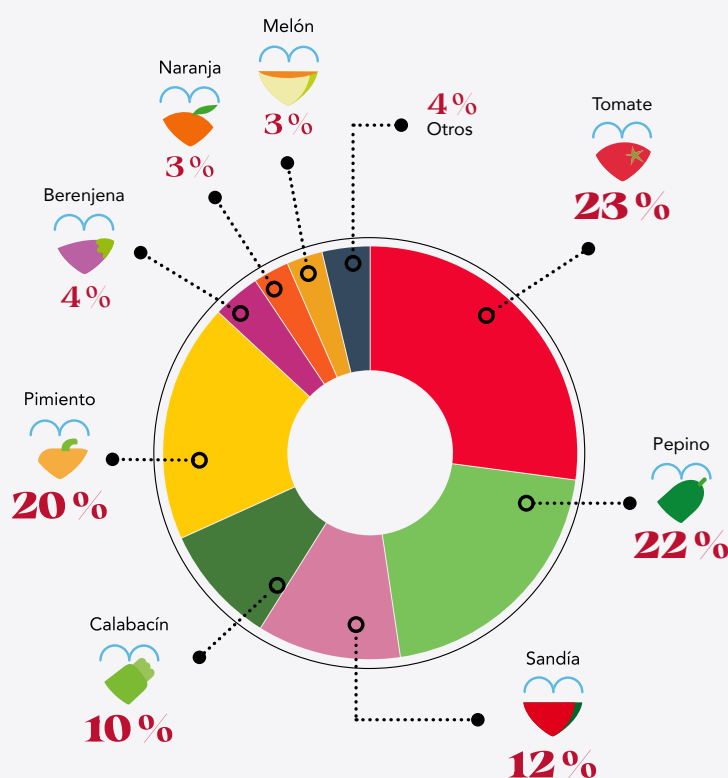


La superficie de ecológica bajo invernadero en COEXPHAL para la campaña 2024/25 alcanzó las 4.122 hectáreas, que aumentan a 5.427 hectáreas si sumamos la naranja y otra cosecha de aire libre. La producción alcanzó las 344.639 toneladas. Sumando sólo los cultivos bajo plástico, estas cifras representan el 93% de la superficie total reconocida oficialmente en Almería (4.416 hectáreas). Esta provincia supone el 80% del área ecológica invernada de Andalucía. En el conjunto de Almería, este tipo de producción pierde, en 2024, el 5,8% de la superficie respecto al año anterior.

El tomate es la hortaliza más representativa, sumando el 23% de la producción y el 17% de la superficie. El pepino, es el siguiente producto en importancia con el 22% de la producción y el 18% de la superficie. En las últimas campañas cobra relevancia la cosecha de pimiento, que ya representa el 20% de la producción y el 17% de la superficie.

En relación con los precios alcanzados, estos han estado un 11% por encima de media de la campaña pasada, destacando los aumentos en berenjena (54% más, aunque hay que recordar que en la campaña pasada esta hortaliza tuvo el peor comportamiento), el pimiento California (26% más), o la sandía (también con crecimientos superiores al 30%). Por el lado negativo se encuentra el tomate cherry (1% menos de precio). Hay que hacer notar también el crecimiento leve del tomate pera y rama; así como del pepino y el calabacín. Compa-

rando con la producción estándar, los precios pagados al agricultor fueron de media casi un 30% más altos: este margen aumenta respecto a la campaña pasada. El mercado tiende a estabilizarse después de varias campañas negativas. Sin embargo, quedan todavía muchas incertidumbres para que esto sea una realidad. Por ejemplo, en un país tan relevante como es Alemania, el volumen comprado de hortalizas orgánicas en 2024 cayó un 4,1% respecto al año anterior (el convencional aumentó un 2,4%); los precios descendieron un 1,8 % (frente al 6% negativo en convencional). En resumen, a pesar de la existencia de precios ajustados, la demanda no termina de despuntar. En este mercado, el producto orgánico tiende hacia la "convencionalización" de la mano del aumento del volumen vendido a través del canal minorista de descuento. Por otro lado, los precios al productor no siempre son suficientes para cubrir los costes, por lo que las tasas de conversión se han estabilizado.



Empresas comercializadoras (24)

Agroiris, S.A.T.	Caparrós Nature, S.L.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Agrosol Export, S.L.	Casi, S.C.A.	LQA Thinking Organic, S.L.
Albentillas, S.C.A.	Cítricos del Andarax, S.A.T.	Murgiverde, S.C.A.
Almagro Nature, S.L.U.	Coprohniñar, S.C.A.	Níjar Sol, S.A.T.
Balcón de Níjar, S.L.	Costa de Níjar, S.A.T.	Toledano Hortícola, S.L.
Biolitoral, S.L.	Grupo Agroponiente.	Unica Group, S.C.A.
Biosabor, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.	Vicasol, S.C.A.
Biosol Portocarrero, S.A.T.	José y Paco, S.L.	Zoi Agrícola, S.L.

Datos por producto

TOMATE



14 % total Tomate COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	38.193.813
Mercado Nacional	39.552.786
TOTAL	77.746.599

CALABACÍN



12 % total Calabacín COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	18.562.881
Mercado Nacional	15.805.228
TOTAL	34.368.109

PIMIENTO



11 % total Pimiento COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	38.804.411
Mercado Nacional	29.793.448
TOTAL	68.597.859

SANDÍA



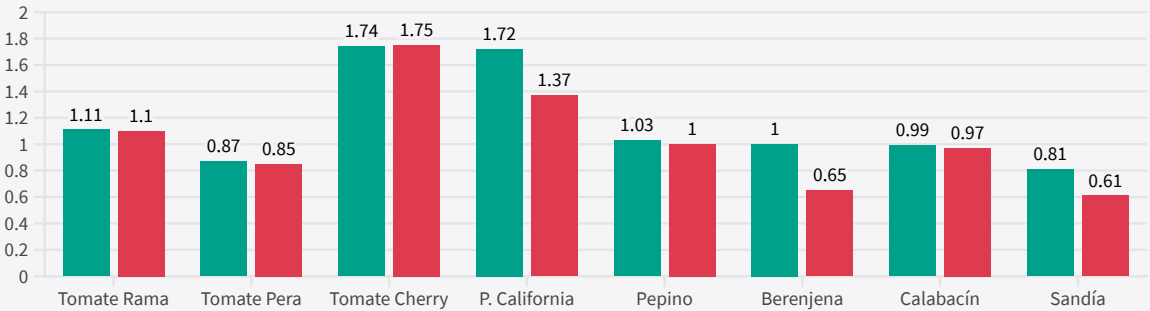
10 % total Sandía COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	18.138.252
Mercado Nacional	21.516.645
TOTAL	39.654.897



Evolución del volumen comercializado por campañas

● 2024/2025 ● 2023/2024



PEPINO



15 % total Pepino COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	44.003.946
Mercado Nacional	33.348.870
TOTAL	77.352.816

MELÓN



10 % total Melón COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	4.200.460
Mercado Nacional	4.573.889
TOTAL	8.774.349

BERENJENA



10 % total Berenjena COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	6.109.918
Mercado Nacional	6.956.074
TOTAL	13.065.992

NARANJA



22 % total Naranja COEXPHAL

Destino	Volumen (Kilos)
Exportación	5.204.329
Mercado Nacional	5.089.839
TOTAL	10.294.168



Ornamental



ORNAMENTAL

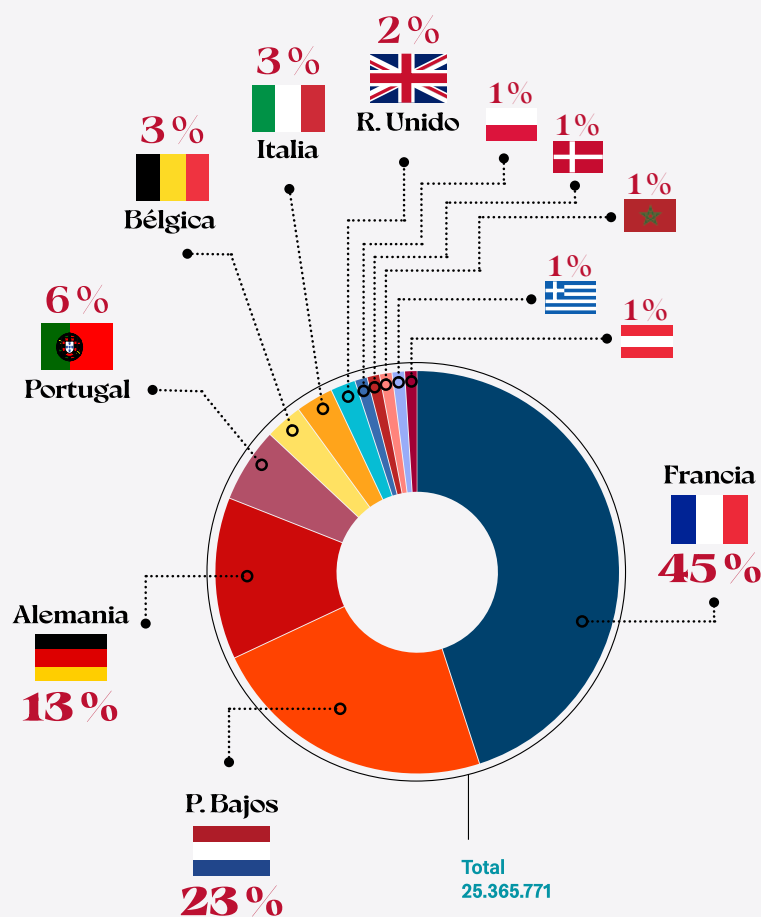
El 45% de nuestra planta
ornamental va dirigida al
mercado francés



Ornamental en cifras

Destino	Nº plantas vivas	% sobre total
Exportación	25.365.771	99%
Mercado Nacional	243.862	1%
TOTAL	25.609.633	

Destino exportaciones por volumen



Países	Nº plantas vivas
Francia	11.395.719
P. Bajos	5.785.387
Alemania	3.309.974
Portugal	1.550.254
Bélgica	855.272
Italia	800.880
Reino Unido	506.653
Polonia	232.539
Dinamarca	220.937
Marruecos	162.100
Grecia	154.342
Austria	134.687
Hungría	95.875
Suiza	47.550
República Checa	36.697
Andorra	33.775
Azerbaiyán	24.000
Rumanía	11.242
Croacia	2.982
Eslovenia	1.835
Chipre	1.750
Noruega	1.100
Irlanda	173
Suecia	45
Chile	1
TOTAL	25.365.771

Empresas comercializadoras (40)

Antonio Tarifa Gómez
 Antonio Tarifa Martín
 Explotaciones Jogamar, S.L.
 Figueplant S.L.U.
 Francisca Luque Cabeo
 Francisco Manuel García Romero
 Garten Botánica S.L.
 Gonza, S.A.T.
 Green Garden GH S.L.
 Hortícola Los Serrano, S.L.
 Horticultura Ruiz, S.A.
 Javier Herrador Ruiz
 Jiherflora SL
 Joepasur, S.L.

José Antonio Cabrera Fuentes
 José Antonio Garrido López
 Manuel Gaitán Olvera
 María del Carmen Tarifa Gómez
 María Isabel Justicia Piñar
 Ornamental Viveros, S.L.
 Oscar Villegas Fernández
 Pablo Gaitán Cara
 Plantal Producciones, S.L.
 Plantas del Cabo, S.L.
 Plantas Ornamentales Albajeser, S.L.
 Posada y Domenech, S.L.
 Projex, S.L.
 Punto Sur Zierpflanzen, S.L.

Romero y Figueroa, S.L.
 Semilleros Laimund, S.L.
 Serafin Fernández Maldonado
 Solis-plant, S.L.
 Transportes Horticampo 0512, S.L.U.
 Valdivia Ornamental, S.L.
 Vivero Naturplant Almería, S.L.
 Viveros Jiménez CB
 Viveros Las Fresas, S.L.
 Viveros Medipalm, S.A.
 Viveros Ornamentales Noe, S.C.
 Viveros Zuaime, S.L.





ASOCIADOS



COEXPHAL Y COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS

Aceites de Alcolea, S.C.A.	Explotaciones Agrícolas Frupale, S.L.
Acrena, S.A.T	Ferva, S.A.T.
Agrícola Navarro de Haro, S.L.	Frami, S.C.A.
Agrícola Rodríguez, S.C.A	Geosur, S.C.A.
Agroaguadulce, S.L.	Greencobi, S.A.T
Agrolris, S.A.T.	Hortamar, S.C.A.
Agrolevante, S.A.T.	Horti-Hortofrutícola, S.A.T.
Agroponente Natural Produce S.L.	Horti Recursos, S.L.
Agroponente, S.A.	Hortofrutícola Las Norias, S.L.
Agrosol Export, S.L.	Hortofrutícola La Ñeca S.L.
Agrupapulpí, S.A.U.	Hortofrutícola Mabe, S.A.T.
Albentillas, S.C.A.	Import Export Fruva, S.L.
Almagro Nature. S.L.	Indasol, S.A.T.
Alquíán Agrícola, S.L.	Inver, S.A.T.
AN, S.Coop.	Isami, S.C.A.
Balcón de Níjar, S.L.	Jenafrut, S.C.A.
Balermamar, S.C.A.	José y Paco, S.L.
Berdea, S.A.T.	Josmar, S.C.A.
Biolitoral, S.L.	LQA Thinking Organic, S.L.
Bio Sol Portocarrero, S.A.T.	La Pastora de Taberno, S.C.A.
Biosabor, S.A.T.	La Tamarilla, S.C.A.
Biosemillas, S.C.A.	Las Hortichuelas, S.A.T.
Bodegas y Viñedos Laujar, S.A.T.	Los Filabres, S.C.A.
Cabasc, S.C.A.	Murgi Iberica, S.C.A.
Campoadra, S.C.A.	Murgiverde S.C.A.
Campoejido, S.C.A.	Naturalia Fresh, S.A.T.
Camposol, S.C.A.	Nature Choice, S.A.T.
Campos de Granada, S.C.A.	Natursur, S.C.A.
Caprinova, S.A.T.	Níjar Sol, S.A.T.
CASI, S.C.A.	Pisaica de la Virgen, S.A.T.
Cítricos del Andarax, S.A.T.	Primaflor, S.A.T.
Cohorsan S.C.A.	Rubiagro, S.C.A.
Consumomar, S.C.A.	San Isidro Labrador, S.C.A.
Coprohníjar, S.C.A.	Sanfruit, S.C.A.
Costa de Níjar, S.A.T.	Santa María del Águila, S.C.A.
Costa Ejido, S.A.T.	Semillero La Joya, S.C.A.
Costadulce, S.A.T.	SUCA, S.C.A.
Costafruit, S.C.A.	Toledano Hortícola, S.L.
Cota 120, S.L.	Tomasol, S.A.T.
Crisolfrut, S.C.A.	Unica Group, S.C.A.
Dunamar, S.A.T	Vega Cañada, S.A.
Duniagro, S.A.T	Vicasol, S.C.A.
Ecoinver Export, S.L.	Zoi Agrícola, S.L.
Ejidomar, S.C.A	



COEXPHAL



ORNAMENTAL

Antonio Tarifa Gómez
Antonio Tarifa Martín
Explotaciones Jogamar, S.L.
Figueplant, S.L.U.
Francisca Luque Cabeo
Francisco Manuel García Romero
Garten Botánica, S.L.
Gonza, S.A.T.
Green Garden GH, S.L.
Hortícola Los Serrano, S.L.
Horticultura Ruiz, S.A.
Javier Herrador Ruiz
Jiherflora, S.L.
Joepasur, S.L.
José Antonio Cabrera Fuentes
José Antonio Garrido López
Manuel Gaitán Olvera
María del Carmen Tarifa Gómez
María Isabel Justicia Piñar
Ornamental Viveros, S.L.

Oscar Villegas Fernández
Pablo Gaitán Cara
Plantal Producciones, S.L.
Plantas del Cabo, S.L.
Plantas Ornamentales Albajeser, S.L.
Posada y Domenech, S.L.
Projex, S.L.
Punto Sur Zierpflanzen, S.L.
Romero y Figueroa, S.L.
Semilleros Laimund, S.L.
Serafín Fernández Maldonado
Solis-plant, S.L.
Transportes Horticampo 0512, S.L.U.
Valdivia Ornamental, S.L.
Vivero Naturplant Almería, S.L.
Viveros Jiménez CB
Viveros Las Fresas, S.L.
Viveros Medipalm, S.A.
Viveros Ornamentales Noe, S.C.
Viveros Zuaime, S.L.



COEXPHAL



DIRECTORIO



COEXPHAL Y COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS

Teléfono

950 62 11 62

Sede Central

Carretera de Ronda 11, 1º. Almería.

CIT COEX

Av. Las Cantinas 7, Ciudad del Transporte del Poniente, La Mojonera, Almería



Gerencia • 950 62 11 34
gerencia@coexphal.es



Administración • 950 62 13 88
administracion@coexphal.es



Asesoramiento Jurídico • 950 01 24 50
juridico@coexphal.es



Inteligencia de Mercados • 950 88 58 88
estadistica@coexphal.es



Recursos humanos • 950 62 10 67
rrhh@coexphal.es



Formación • 950 62 13 90
formacion@coexphal.es



Informática • 950 62 13 93
informatica@coexphal.es



Prensa y comunicación • 950 62 13 61
prensa@coexphal.es



Preven. riesgos laborales • 950 62 13 94
prevencion@coexphal.es



Seguros • 610 50 27 37
seguros@coexphal.es



Viajes • 950 62 13 91
edurne@coexphal.es



Técnicas de producción • 609 57 18 02
jvdbloom@coexphal.es



Ornamental • 670 68 16 36
ornamental@coexphal.es



**COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS****Teléfono**
950 62 13 92**email**
almeria@agroalimentarias-andalucia.coop**LABCOLOR****Teléfono**
950 55 82 30**Dirección** Calle Níquel s/n, Ciudad del Transporte del
Poniente, La Mojonera, Almería.**Dirección** • fjgarrido@coexphal.es**Calidad**
milagros@coexphal.es**Agronomía**
msalvatierra@coexphal.es**Fitopatología**
mariaantonía@coexphal.es**Microbiología**
cjin@coexphal.es**Recepción y recogida de muestras**
laboratorio@coexphal.es**Residuos de Plaguicidas y Contaminantes**
fjgarrido@coexphal.es**APROA****Teléfono**
950 62 13 81**Dirección**
C/Maestro Serrano, 13, 1ºA.**Gestión de ayudas e I+D+i**
950 62 13 89 aproa@aproa.eu**Agroecología** • 662 36 18 01 rgarcia@aproa.eu
Denuncias • 687 50 04 00 residuos@aproa.eu

PATROCINADORES

106



ENZA ZADEN



COLABORADORES







Unidos Exportando Futuro



© COEXPHAL

Texto, gráficos y fotografías: COEXPHAL.

Diseño editorial: Julián Echeverry

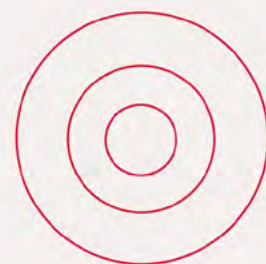
comunicacion@acoloragencia.es

Los datos, gráficos y textos contenidos en esta memoria están protegidos por los Derechos de Propiedad intelectual de COEXPHAL y sus trabajadores. La copia, reproducción o uso no consentido, podrá ser considerado una vulneración de los referidos derechos.

Impreso por: Imprenta Gutenberg Digital, S.L.L.

Almería, España. 2025.

M  25



MEMORIA
COEXPHAL
24 / 2025

Unidos
Exportando
Futuro.

ALMERÍA 2025

COEXPHAL.ES