

# 'Buenas Hasta el Hueso' impulsa el consumo de fruta de hueso en una campaña de mayor producción y calidad

**Las federaciones de cooperativas españolas colaboran por cuarto año consecutivo en esta iniciativa digital que busca poner en valor el melocotón, paraguayo, albaricoque, cereza, nectarina y ciruela a través de las redes sociales**

Mayor calidad y más producción en las diferentes explotaciones cooperativas acompañan el arranque de campaña de fruta de hueso en España. Tal y como destaca Javier Basols, presidente del subsector de Fruta de Hueso de Cooperativas Agro-alimentarias de España, la campaña 2026, en la que los productores están ya inmersos, se está caracterizando "por una recuperación del potencial productivo en la mayoría de las zonas, gracias a un invierno favorable y a la ausencia de accidentes climáticos graves en amplias áreas del país".

En este sentido, Basols remarca que "aunque hemos tenido episodios de lluvias en floración, heladas y pedriscos puntuales, el sector ha llegado a la campaña con una producción equilibrada y con expectativas razonablemente positivas".

Según los últimos datos ofrecidos por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la superficie de producción en España se ha estabilizado tras el fuerte descenso sufrido desde 2017.

Así, la variación interanual en 2025 ha sido de apenas -0,6%, con una producción un tres por ciento más que la campaña pasada, y un 13 por ciento por encima de la media de los últimos cinco años.

Además, las altas temperaturas que se están produciendo son beneficiosas para el contenido de

azúcar y para incentivar el consumo, destacan desde las cooperativas españolas.

En este sentido, Javier Basols subraya que "la clave estará en que las temperaturas en los principales mercados europeos continúen y favorezcan el consumo, y en que la cadena de valor permita repercutir de forma justa el incremento de costes que soportan agricultores y cooperativas".

Asimismo, recuerda que "la adaptación al cambio climático y la disponibilidad de agua seguirán marcando la estrategia del sector", alertando sobre "la creciente limitación de herramientas fitosanitarias, que compromete la competitividad de las producciones europeas".

Por especies, la nectarina liderará la producción nacional con 585.993 toneladas, un 3 % más que en 2025. Le seguirán la pavia, con 316.312 toneladas (+9,5 %); el melocotón, con 311.779 toneladas (+3 %); y el paraguayo, con 300.283 toneladas (+12 %).

En el ámbito europeo, los datos presentados en Europêch 2026 consolidan a España como primer productor comunitario de fruta de hueso, con 1,51 millones de toneladas, por delante de Italia (911.972 toneladas), Grecia (755.000 toneladas) y Francia (227.525 toneladas).



**Incentivar el consumo**

En este contexto, y con Cooperativas Agro-alimentarias de España confiando en que el escalonamiento natural de las distintas zonas productoras y la llegada de temperaturas estivales favorezcan un mercado dinámico y una comercialización fluida y ordenada durante toda la campaña, es donde se está desarrollando la iniciativa 'Buenas Hasta el Hueso'.

Esta campaña para el fomento del consumo de fruta de hueso en los hogares españoles se está desarrollando desde hace cuatro años por parte de las distintas federaciones productoras como Aragón, Comunidad Valenciana, Extremadura y la Región de Murcia, con el respaldo de Cooperativas Agro-alimentarias de España.

Con el nombre de 'Buenas Hasta el Hueso', esta iniciativa busca poner en valor el melocotón rojo y amarillo, los paraguayos, albaricoques, cerezas,

nectarinas y ciruelas producidos por las cooperativas españolas, además de promover su consumo de manera transversal entre la población de todas las edades.

Centrando sus esfuerzos entre abril a septiembre, es decir, durante la campaña de producción de la fruta de hueso en España, se desarrolla a través de contenidos audiovisuales en las principales redes sociales como Instagram, TikTok, X, Facebook y YouTube.

'Buenas Hasta el Hueso' fue lanzada en el año 2023, sumando hasta el momento más de 15.000 seguidores entre todas ellas, creciendo día a día "e incentivando el consumo de una manera fresca, ágil y divertida", destaca Santiago Vázquez, experto en fruta de hueso y mercados Cooperativas Agro-alimentarias de España.

Vázquez quiere poner el acento en los datos del MAPA, los cuales indican que el consumo se ha incrementado en España desde el año 2023 en un 18 por ciento.

Aunque el mérito no es todo de la campaña, para el experto cooperativista, es necesario tener en cuenta que "hace solo unos años no se promocionaba en absoluto el consumo de este producto, y los valores del cooperativismo".

A día de hoy, con una medición en la última campaña de más de 15 millones de impactos, "desde 'Buenas Hasta el Hueso' ofrecemos una oferta sólida, fruta de gran calidad de las cooperativas agroalimentarias españolas, y una campaña centrada en poner en valor sus atributos, de sabor y de salud, que está llegando al consumidor", frente a otras ofertas.

En este 2026 "seguimos difundiendo los beneficios del consumo de fruta y el papel de los agricultores y las cooperativas para ofrecer a los consumidores alimentos sanos y seguros, cercanos, y producidos de forma sostenible, apoyando la economía del medio rural y el futuro de los miles de explotaciones familiares que viven

en nuestros pueblos", remarca Santiago Vázquez.  
  
Desde esta iniciativa destacan que el consumidor actual hace uso a diario y de manera constante de las redes sociales, las cuales se han convertido "en nuevo entorno natural, y es allí donde tenemos que ir, donde está la gente para poder difundir nuestro mensaje", explican.



**Campaña en Instagram**

