



# NOTICIAS DOP

*Boletín mensual DOP Peras de Rincón de Soto*



## LOE EVENTOS DEL MES

Se acerca el final del año y la presencia de la DOP en eventos se intensifica. Así, hemos estado en la Marcha Ciclista del Primer Vino en Tirgo, en la Haro Wine Trail y la Trail de El Cortijo y de Varea, en los Paseos Saludables de la Consejería de Salud de La Rioja, en la I Carrera de la Guardia Civil a Beneficio de ARPA y en la de Igea, así como en el VI Torneo Ciudad de Logroño Basket Down.

En el ámbito escolar, nuestras peras han participado en:

- Torneo de Rugby de Barcelona.
- Cross Escolar del CEEB y de la Fuente de Montjuic en Barcelona
- Cross de Becerril (Madrid).
- Cross Sierra de Madrid en El Escorial.
- Cross ADS Bolao.
- Cross Escolar de Hospitalet (Barcelona).
- Trobada de Baloncesto del CEEB en Barcelona.
- Cross Internacional de Alcobendas.

Por último, ha destacado la participación de la DOP en la Exposición Sagris, el Festival de la Alubia de Anguiano y la inauguración de un 'súper' Eroski en Calahorra. La denominación también ha puesto en marcha una serie de Desayunos Saludables en los coles con la firma Lacturale.

**ATLETISMO, MARCHAS  
SOLIDARIAS... Y  
MUCHO, MUCHO  
DEPORTE ESCOLAR**



## ENTREVISTA CON SIXTO CABEZÓN

**Ahora que estamos ya en la recta final del año, ¿qué balance puede hacer de 2025?**

En líneas generales, positivo. Venimos de campañas complicadas por cuestiones climatológicas y por el fuego bacteriano, pero este año hemos logrado reforzar la calidad, que es nuestro principal sello de identidad. Además, hemos avanzado mucho en eficiencia y en profesionalización interna y hemos consolidado la presencia de la DOP en mercados importantes para nosotros.

**Para 2026, ¿qué objetivos se plantea la DOP?**

Nos planteamos tres grandes objetivos:

- Seguir generando valor para el productor, que es nuestra prioridad absoluta.
- Continuar con nuestra labor promocional, abriendo nuevos mercados y mejorando la presencia en los que ya estamos. Seguiremos con las líneas de actuación que se vienen trabajando, especialmente con acciones en mercados como la que recientemente hemos llevado a cabo en Andalucía y dando apoyo a la distribución.
- Mejorar la convivencia con el fuego bacteriano, mejorando la asistencia técnica a los socios y apostando por prácticas productivas coherentes.

**¿Es el crecimiento en mercados como Andalucía uno de los retos más importantes?**

Andalucía es un mercado muy interesante para nosotros: tiene un consumo notable de fruta fresca, busca calidad y además conecta bien con nuestro mensaje de origen y diferenciación. Creemos que es un territorio con gran potencial. No es el único, pero sí uno de los prioritarios.

**Y qué puede decirnos de Phagefire?**

Es un proyecto estratégico para nosotros porque el fuego bacteriano es una amenaza real para nuestras plantaciones.

**En alguna ocasión hemos hablado de la mejora de los ingresos de productores mediante tasas de absorción de CO<sub>2</sub> de sus parcelas. ¿Pondrán algo en marcha este año?**

Uno de los objetivos para el futuro es que el productor reciba un ingreso complementario por el papel ambiental que desempeña su explotación. Actualmente hay una parte que viene vía PAC y otra que se puede desarrollar. En cultivos extensivos como cereales, esta práctica ya está muy activa, pero en frutales es algo que va más lento, ya que se necesitan certificaciones de ahorro de CO<sub>2</sub>. Esto es exactamente lo que queremos ver para este próximo año.

**Por último, ¿algo que avanzar en el campo de la promoción?**

Vamos a reforzar la comunicación en mercados clave y continuar con la 'promo' en nuestras zonas de influencia con acciones de radio y patrocinios deportivos. También apostaremos por formatos digitales, que cada vez funcionan mejor para explicar quiénes somos.

