

David del Pino, *Freshconomics: el libro del negocio hortofrutícola*, Almería, Cajamar, 2024, 244 páginas.



Esta reseña está sujeta a una [licencia “Creative Commons Reconocimiento-No Comercial” \(CC-BY-NC\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

DOI: <https://doi.org/10.24197/gwbcse69>

El autor, David del Pino, es Ingeniero agrónomo con formación en Economía Agraria y Sociología Rural, además de un máster en Marketing y Ventas y estudios de alta dirección agroalimentaria. Fue responsable comercial, y más tarde director general (2006–2016), de la cooperativa Granada-La Palma que dejó en el año 2016 para crear y dirigir como socio-director la consultora Freshstrategy SL. En todo caso, es por méritos propios una de las referencias intelectuales y comerciales claves del negocio hortofrutícola de nuestro país.

En un sector tan volátil, complejo y dinámico como el hortofrutícola, la economía tradicional parece quedarse corta por lo que David del Pino propone una nueva forma de mirar el negocio fresco: la Freshconomía. Su libro, *Freshconomics*. El libro del negocio hortofrutícola se ha convertido en una obra clave para entender esta industria desde una perspectiva innovadora, práctica y profundamente enraizada en la realidad del sector. Se puede descargar directamente desde la web del autor (daviddelpino.com) o a través de la Plataforma Tierra.

Freshconomics no es solo un libro: es una invitación a repensar el negocio hortofrutícola con herramientas nuevas, basadas en la experiencia, la colaboración y la adaptación constante. Es una obra apasionante, didáctica e instructiva para quienes viven, gestionan o estudian el mundo de las frutas y hortalizas.

Publicado en octubre de 2024 por la Fundación Cajamar y presentado oficialmente en Fruit Attraction (IFEMA, Madrid), *Freshconomics* plantea que los modelos económicos clásicos no logran reflejar las dinámicas propias de frutas y hortalizas: precibilidad, incertidumbre constante, decisiones a corto plazo y mercados cada vez más fragmentados.

David del Pino propone una nueva disciplina —la Freshconomía— que analiza específicamente estas características y ofrece herramientas adaptadas para gestionar mejor los negocios hortofrutícolas. A través de 12 capítulos y más de 240 páginas, el autor desgrana las claves para entender cómo se genera y se reparte el valor a lo largo de toda la cadena, desde el campo hasta el

consumidor final, destacando las limitaciones de categorías económicas habituales en un contexto altamente volátil.

Uno de los elementos más originales del libro es la Freshipedia: una recopilación de dichos, refranes y expresiones típicas del sector que Del Pino convierte en valiosas heurísticas para la toma de decisiones. Lejos de ser meras anécdotas, estos aforismos encapsulan años de experiencia práctica y conocimiento colectivo que rara vez se encuentran en manuales académicos.

Un libro colectivo

El proceso de creación de Freshconomics fue tan singular como su contenido. David Del Pino lo escribió de forma abierta, compartiendo avances a través de su blog, LinkedIn y otras redes sociales, e invitando a profesionales del sector a comentar y enriquecer el contenido. El resultado es un libro con vocación colaborativa, en el que se reconoce la inteligencia colectiva como una fuente de innovación y adaptación.

Freshconomics está pensado para productores, comercializadores, gestores de cooperativas, agrónomos, consultores y estudiantes que deseen comprender las verdaderas reglas de juego del sector hortofrutícola. También es una lectura valiosa para economistas y académicos interesados en enfoques alternativos que escapan de la ortodoxia.

El libro está disponible para su descarga gratuita en la web <https://www.plataformatierra.es/innovacion/freshconomics-libro-negocio-hortofruticola>

TOMÁS GARCÍA AZCÁRATE

Vice-Director del IEGD-CSIC e investigador asociado del CEIGRAM

tomasgarciaazcarate@gmail.com