

valencia  
**fruits**  
dossier

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ



**Ruchey**  
www.nisperosruchey.com



ANDRÉS LLORCA / Gerente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

# “El consumidor es fiel porque cuidamos al máximo la calidad y cualidades de nuestros nísperos”

*La Cooperativa de Callosa d'en Sarrià lidera la producción, la comercialización y la investigación de los nísperos en la comarca. Es por ello que, tanto a los agricultores como a los trabajadores se les exija una total dedicación, profesionalidad y un especial compromiso con el cultivo. Los avances en investigación se han concretado en nuevas variedades híbridas con las que se obtiene una cosecha precoz y de muy buena calidad. En las últimas campañas se ha comprobado su viabilidad y proyección de futuro.*

► SANTIAGO PASCUAL. REDACCIÓN.(\*)  
Valencia Fruits. ¿Qué nos puede comentar de la presente campaña?

**Andrés Llorca.** Como en los inicios de todas las campañas, siempre tenemos unas expectativas extraordinarias para la cosecha de nísperos. Sin embargo, siempre estamos pendientes de los cambios en la meteorología y otras circunstancias que, como en la anterior temporada, nos afectaron de lleno. El año pasado, la COVID-19 cambió todo el modelo de trabajo y aumentó los costes de producción, pero la entereza y la fuerza de nuestras familias nos permitió sacar adelante la producción y comercializarla.

La presente cosecha llega con un retraso de diez días respecto a ejercicios anteriores. Tenemos una fruta de excelente calidad y muy buenos calibres, que hasta ahora se han beneficiado de las pocas lluvias caídas. Esta campaña de níspero será, en cuanto a volumen de producción, similar a la media de las campañas pasadas, si bien la edad avanzada de algunos agricultores y las inclemencias, cada vez más acentuadas en las últimas campañas, hace que algunas familias se pasen al cultivo del aguacate, que tiene menos necesidad de mano de obra y los rendimientos son, en algunos casos, incluso mejores. La pandemia que sufrimos desde el año pasado también ha influido en el aumento de las plantaciones de aguacate.

Las dificultades a la hora de realizar los trabajos, la recolección, etc. influyeron, y aunque en principio fueron muy negativos, la mano de obra local se movilizó. Los trabajadores del sector servicios y la hostelería, que estaban parados, se incorporaron a las fincas de la familia como mano de obra especializada y sacaron la campaña adelante, tal como ocurrirá en la presente temporada sin lugar a dudas.

Por otro lado, si bien el canal Horeca aún no se ha activado, el caso es que el consumo de frutas frescas ha aumentado considerablemente en los hogares.

El aumento en los costes de producción es evidente por la necesidad de cumplir de manera estricta todas las normas establecidas ante la pandemia. Las medidas de separación entre los trabajadores en su lugar de trabajo limitan los rendimientos y la utilización de los EPIS extraordinarios suponen también una cierta limitación. Son medidas necesarias por el bien de todos, pero que en suma, se notarán en los rendimientos. Por otra parte el transporte y la logística también tienen sus aspectos negativos. Conocemos las limitaciones, cumplimos con todas las medidas



Andrés Llorca analiza la presente campaña de nísperos. / ARCHIVO

de prevención por el bien de nuestros trabajadores y por el bien de todo el sector; trataremos de que los factores negativos se puedan minimizar, pero es una ardua tarea que esperamos superar como en la campaña pasada.

**VF.** *A pesar de las dificultades, ¿se ha continuado invirtiendo en la protección del cultivo?*

**ALL.** Por supuesto. Para evitar los daños causados por el viento y otras inclemencias como el pedrisco, la reacción de

los agricultores, desde hace años, consiste en incrementar la superficie con mallas protectoras. Esto hace que en campañas de clima adverso, la cosecha esté asegurada y la calidad garantizada.

**VF.** *¿Cómo son los primeros compases de la campaña desde punto de vista de la demanda?*

**ALL.** La demanda del consumidor ya se está notando. Todos los años por estas fechas el mercado espera la llegada de nuestros nísperos. El consumidor es

“La campaña pasada fue titánica. La COVID-19 llegó en el peor momento, y sin embargo conseguimos sacar la temporada adelante”

“Tenemos una cosecha de excelente calidad y muy buenos calibres, que hasta ahora se han beneficiado de las pocas lluvias caídas”

fiel porque cuidamos la calidad y las cualidades de nuestra fruta. El níspero de Callosa es una fruta temprana que llega al mercado en una época entre los cítricos y las frutas de verano, y eso los consumidores lo aprecian porque llevamos al mercado un producto con muchísimas cualidades.

**VF.** *¿Que podemos avanzar respecto a la estrategia en la apertura de nuevos mercados?*

**AL.** La vocación exportadora de la cooperativa y de la comarca en general ha sido clara desde siempre. La búsqueda de nuevos mercados siempre ha sido una constante para que nuestras frutas sean conocidas y apreciadas. Para ello participamos en las ferias internacionales de referencia, para mostrar nuestros productos y realizar los acuer-

“La presente cosecha llega con un retraso de diez días respecto a campañas anteriores”

dos necesarios que nos permitan exportar. Durante el pasado año, debido a la crisis sanitaria, no se han desarrollado, pero en cuanto se recuperen, allí estaremos mostrando al mundo nuestras producciones de la máxima calidad.

Fruto de eventos anteriores, desde hace algunas campañas exportamos nísperos de nuestra comarca a países de ultramar, Canadá, Israel, Oriente Medio etc. en los que hemos conseguido incrementar la comercialización. Sin por ello descuidar a nuestros clientes tradicionales en cuyos mercados hemos apostado por las cadenas de supermercados, como es el caso de Alemania y Francia.

En Inglaterra, pese al Brexit, nuestras exportaciones no se han visto afectadas. Mantenemos una relación con nuestros clientes muy afianzada y eso hace que tengamos los mismos niveles de comercialización en ese mercado. También procuramos atender la demanda de las grandes superficies, apostando por envases más pequeños que permiten al consumidor seleccionar su unidad de compra sin que la fruta sufra ninguna manipulación, y por supuesto manteniendo en todo momento su extraordinaria calidad. Además así también se cumple una de las especificaciones del actual episodio, evitando el contacto con la fruta desde el envasado, hasta el momento del consumo. Donde sí hemos detectado una cierta repercusión es en las categorías de fruta destinadas al canal Horeca. En la campaña pasada se notó mucho pero esperamos que en la presente nos afecte menos porque hemos reaccionado a tiempo.

Es importante conocer que el abaratamiento de los costes de transporte, junto con una mayor paridad en el cambio, facilita que los consumidores puedan ver nuestros nísperos como una fruta más cotidiana, de consumo habitual en la época de nuestra producción, y que aquellos que lo consumen por curiosidad repitan al resultarles extraordinariamente succulento y agradable y, por supuesto, más asequible.

La comercialización de nuestros nísperos en mercados lejanos supone una especialización en el transporte y la logística necesaria porque es una fruta riquísima pero delicada en determinados momentos de la campaña, lo que nos reta a esmerarnos en la selección, el envasado y su comercialización...., y en la presente campaña, limitados por el desarrollo de la pandemia.

**VF.** *¿Qué proyectos de futuro tiene la Cooperativa de Callosa?*

**ALL.** En la cooperativa pusimos en marcha hace ya varias campañas un nuevo almacén donde se envasan los nísperos de aquellos socios productores que lo solicitan. Esta fruta viene del campo a granel, pero en vez de seguir con los envases tradicionales, hemos innovado y envasamos en diferentes formatos pequeños y de nuevo diseño, a fin de elevar a un nivel superior la selección en la calidad Premium y captar así más clientes. También envasamos en ese almacén todos los formatos que nos piden las cadenas de supermercados y que en los almacenes de los agricultores supondrían alguna

## Los cambios con la COVID-19

Andrés Llorca señala que el coronavirus ha sido realmente complicado para todos. “La campaña pasada fue titánica, nos llegó en el peor momento y sin embargo conseguimos sacar la temporada adelante. Los resultados no fueron muy buenos pero el verdadero éxito fue precisamente sacar la campaña adelante incluso con la meteorología en contra, primero por las lluvias y luego por el exceso de calor”.

“Sin embargo, la COVID-19 ha mejorado todo lo referente a la sanidad e higiene, porque todos los protocolos se han reforzado y es algo que realmente se nos va a quedar ya para siempre. Otro de los aspectos que se va a quedar y mejorará todo el sistema es precisamente el avance decisivo en la digitalización de todos los aspectos en nuestro sector. Todas las relaciones con los productores se han informatizado y los avisos ya se realizan a la página web o a través de las redes. Hemos desarrollado una aplicación para la telefonía móvil a través de la cual los agricultores reciben puntualmente los avisos necesarios para desarrollar el cultivo. Los avisos emitidos desde el departamento técnico se remiten al teléfono móvil con lo que se mejorarán aún más las estrategias de cultivo en nuestra cooperativa. Nos hubiera gustado que esta me-

jora hubiera llegado después de años de insistir desde la cooperativa, pero eran muchos aspectos que aún se mantenían de manera analógica, manual, física, los albaranes, los comprobantes, la presencia en las oficinas”, apunta el gerente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià.

Andrés Llorca indica que echarán de menos las reuniones técnicas o comerciales en el almacén, en los pasillos, en las oficinas, etc. “Todo esto será ya digital porque este cambio ha venido para quedarse, por nuestro bien. Esperamos que las restricciones perimetrales en el transporte, la logística, la disponibilidad de mano de obra especializada y respetuosa con nuestra fruta, y la evolución de la sociedad en su conjunto, no se tornen negativos para las personas ni para el consumo de los nísperos. De esta fruta conocemos sus cualidades, tanto de sabor como de elementos nutritivos, y estamos convencidos de que los consumidores también las conocen y aprecian”.

“Y deseamos de corazón que las medidas restrictivas y las diferentes vacunas tengan éxito y la COVID-19 pase cuanto antes como un capítulo muy oscuro y sirva lo aprendido para valorar mucho más las frutas que favorecen las defensas en nuestros cuerpos”, concluye Llorca. ■

dificultad. Queremos mostrar al consumidor, con estos nuevos formatos más visibles y fácilmente identificables, que los nísperos de Callosa ya han llegado al mercado, con una imagen clara de calidad diferenciada y con un cambio que complementa nuestra línea más tradicional basada en la presentación a granel. Como en la campaña anterior, por razones de salubridad necesarias a causa de la pandemia daremos una cierta preferencia por los formatos de unidad de consumo, máxime al contar con las grandes superficies como destino más importante de nuestra cosecha. Pedimos a las grandes superficies que contemplen el sobreesfuerzo que nos supone el envasado en esas unidades de compra y así podamos hacer llegar al agricultor un precio digno. Este nuevo almacén surge por la necesidad de evitar que los agricultores dejen el cultivo, bien porque tienen otra ocupación además de la producción o para aquellos agricultores

**“Con el nuevo almacén de envasado estamos dando una respuesta eficaz, inmediata y profesional a las demandas de fruta de calidad y presentaciones más adecuadas”**

que por su edad avanzada, encuentran dificultades para seguir cultivando. Generamos puestos de trabajo cada campaña, en un cultivo en el que, tanto en la producción como en su manipulación y envasado, es fundamental la mano de obra artesanal y todas estas labores las tienen que desarrollar manos expertas. Facilitamos las labores al socio de la cooperativa, evitamos el abandono y favorecemos, con ello, mantener las tierras y los cultivos.

En cuanto a la comercialización, nuestra estrategia de futuro se orienta principalmente a aumentar el número de clientes y de cadenas de supermercados en los que comercializar, y satisfacer plenamente sus exigencias. Con este nuevo almacén de envasado estamos dando a nuestros clientes una respuesta eficaz, inmediata y profesional a las demandas de fruta de calidad y en las presentaciones que consideran más adecuadas. Para ello hemos diseñado unos envases pequeños, unidades de compra de medio kilo, y otros elaborados de material alternativo al plástico. Se trata de llevar al mercado nuestra excelente fruta en los mejores envases, que resulten atractivos y ante todo ecológicamente sostenibles.

**VF. ¿Qué otras líneas de actuación están desarrollando?**

**ALL.** Dentro de las estrategias que tratamos de desarrollar, una de las que más influye en la calidad de la fruta es la cubierta de las plantaciones con estructuras de malla para proteger al cultivo y la cosecha de los vientos y otras inclemencias. Para la presente campaña se aumentará sensi-

blemente la superficie cubierta. Esta es una apuesta clara por la calidad de los nísperos.

Otro de los proyectos es la ampliación del periodo de producción, y por tanto de comercialización, mediante la implantación de nuevas variedades que alarguen el periodo de recolección, sobre todo con variedades más tempranas

Hemos abierto una tienda online de comercialización de nuestros productos que podemos encontrar en [www.nisperosruchey.com](http://www.nisperosruchey.com). Cada vez aumenta más el comercio electrónico y nosotros no de-



Imagen de la entrada de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. / ARCHIVO

bíamos obviar esta realidad, entre otras cosas porque un segmento de la población cada vez más significativo confía en esta fórmula, lo que también nos permite estar presentes en la red de manera permanente con las diferentes producciones en fresco y nuestros elaborados artesanales como son las mermeladas y conservas, los licores y la cerveza de níspero, e incluso una ginebra de níspero.

*(\*) Responsable de las entrevistas del Dossier del Níspero de Callosa d'en Sarrià*

**LA VIDA ES MEJOR CON FRUTA**

**Ruchey**

[www.nisperosruchey.com](http://www.nisperosruchey.com)

Coop. Agrícola de Callosa d'en Sarrià, C.V. Partida Micleta s/n - 03510 Callosa d'en Sarrià Tel. 965880100 - Fax: 965881883

SALVADOR SOLBES RODRÍGUEZ / Presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

# “El reto es estar presentes en el mercado con fruta de calidad el periodo más amplio posible”

Callosa d'en Sarrià y la comarca son los principales productores de níspero en la UE y, en el caso de la cooperativa que preside Salvador Solbes, son líderes en investigación con el apoyo de la Conselleria de Agricultura. No obstante, tiene claro que los agricultores solo pueden salir adelante unidos. Únicamente con esfuerzo compartido y unión se podrán afrontar los retos que suponen la comercialización, la prospección de nuevos mercados y la investigación. Solbes es consciente de que la modernización es garantía de futuro. Por ello, como agricultor, en su explotación tiene implantadas ya las nuevas variedades obtenidas en el centro de experimentación de la cooperativa y que cultiva junto a las tradicionales.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo valora este primer año como presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià?

**Salvador Solbes.** No ha sido un año fácil, pero me gustaría expresar mi satisfacción por la confianza que los socios de la cooperativa depositaron en mí. Mi compromiso con el trabajo por ejercer lo mejor posible lo que requiere mi cargo ha sido total, pero también ha sido en uno de los peores momentos, ya que mi nombramiento coincidió con la llegada de la pandemia y el posterior confinamiento, lo que supuso multiplicar esfuerzos en todos los aspectos de la cooperativa. De todos modos, una vez salvada esta circunstancia, esperemos que pronto, entiendo que será mucho más productiva la actividad tanto del presidente como la de toda la junta directiva.

**VF.** ¿Qué valoración nos puede hacer de la presente campaña?

**SS.** Los agricultores tenemos la incertidumbre de cómo se va a desarrollar ya que estamos inmersos aún en este periodo de pandemia que nos está afectando de muchas maneras y esperamos que las consecuencias no sean desastrosas.

La presente campaña de níspero nos llega con unos días de retraso respecto de la temporada pasada. Por lo demás, tendremos, según vemos en las explotaciones, una cosecha de muy buena calidad, con unos calibres satisfactorios y un sabor extraordinario. En cuanto a volumen será muy similar al obtenido en la temporada pasada.

Hay una parte abundante de nísperos de buen calibre pero lo más destacable es la excelente calidad que presentan los frutos con un sabor muy bueno, muy de níspero, que es la primera fruta de la primavera y además está considerada como la fruta de la belleza. De hecho, según afirman los especialistas, el níspero tiene una cantidad importantísima de minerales que influyen en la tersura de la piel. Contiene altos niveles de vitamina A, que es la que prepara nuestra piel para afrontar el verano. Gracias a la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià se han realizado muchos estudios y análisis, y todos confirman que los resultados son buenísimos para los que consumimos nísperos. Los consumidores, cada vez más, tienen muy en cuenta a la hora de comprar fruta estos estudios y eligen la fruta por la calidad, por el sabor y porque es muy apetecible.

Siendo sincero, a pesar de la buena calidad de los frutos y de la fidelidad de los consumido-



Salvador Solbes señala que la campaña llega con muchas incertidumbres derivadas de la situación de pandemia. / ARCHIVO

**“El sabor de nuestros frutos es característico e inigualable por las condiciones de nuestras tierras, nuestras aguas y la profesionalidad de los agricultores de la cooperativa”**

res, hay incertidumbre al saber cómo resultara al final. Por una parte sabemos que la gente tiene que comer y nosotros estaremos preparados para llevar a los mercados fruta excelente para abastecerlos. Pero también hay mucho comercio cerrado, familias confinadas para vencer a la pandemia, cierres perimetrales y un nuevo modo de comprar, y si bien el consumo en los hogares ha aumentado, el canal de la restauración en su mayoría está cerrado, y para el níspero son un cliente importante.

Por otra parte el transporte también implica limitaciones, sobre todo por la logística, y puede que nos perjudique en algún momento. Y luego está el problema de la mano de obra necesaria para la recolección y el envasado que se tiene que someter a las limitaciones establecidas por las autoridades en cuanto a la ocupación de los vehículos y en cuanto a las distancias entre operarios en el punto de trabajo.

Evidentemente, todas estas limitaciones las podremos superar, tal como lo hicimos el año pasado. Solo cabe esperar que no sea de una manera grave y que al final podamos asumir y llevar a nuestros clientes y consumidores nuestra fruta saludable.

**VF.** La Cooperativa de Callosa desde siempre ha apostado por la

## Las medidas anti COVID

Tal como explica el presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià, con la irrupción de la pandemia la forma de trabajar en la cooperativa ha cambiado, se han adoptado todas las medidas de seguridad necesarias para salvaguardar la salud de todo los trabajadores y socios. Así pues, desde el pasado año, los agricultores socios llegan al almacén con cita previa para evitar que se junten varios agricultores a la entrada de la cosecha. “Les avisamos de la hora en la que tienen que traer sus nísperos envasados, y cuando llegan descargan fuera del almacén, en una zona habilitada para ello, y una vez que se marchan, los trabajadores de la cooperativa salen para entrar las cajas, las pesan y realizan los procedimientos de inspección como siempre se han realizado”. También se ha aumentado la capacidad envasadora de la cooperativa con el fin de gestionar el máximo posible en envases individuales, “un envase de compra con el que ni el frutero ni el consumidor tocan la fruta”, tan solo coge el envase y se lleva a casa. La Cooperativa de Callosa se ha adaptado a las circunstancias impuestas por el coronavirus y en opinión de su presidente “estamos preparados”, y si bien ha sido un proceso urgente, “ha calado todo lo referente a informatización y digitalización de los procesos” y espera que este avance tecnológico “vaya a más en las próximas campañas incluso una vez superado todo lo referente a la pandemia”. ■

investigación y la experimentación. ¿Qué nos puede comentar al respecto?

**SS.** Siempre hemos liderado, con la ayuda y el apoyo de la Conselleria y los centros de investigación, el área de I+D en el campo de experiencias que tenemos. Uno de los resultados más importantes ha sido la obtención de variedades híbridas que suponen una mejora por su precocidad y por sus cualidades.

Al principio puede que no se entendiera muy bien este esfuerzo pero con los años hemos podido comprobar que todo lo que se invierte en I+D da muy buenos resultados para los agricultores.

Como resultado precisamente de una de las líneas de investigación, hemos mejorado considerablemente el riego y el abonado de nuestro cultivo obteniendo

con ello mejores resultados en nuestras cosechas. Ahorramos dinero y esfuerzo en el proceso de abonado y también en los riegos, y colaboramos al mismo tiempo en la preservación del medio natural evitando contaminaciones innecesarias.

Asimismo, gracias al área de I+D se han desarrollado estrategias de cultivo más acertadas y se han analizado todas las posibles afecciones mejorando los tratamientos que los agricultores debemos aplicar.

**VF.** ¿Cuáles son las ventajas que ofrecen estas variedades híbridas obtenidas en el campo de experiencias de la cooperativa?

**SS.** Las variedades tempranas, por lo general, tienen un calibre un poco menor, son menos costosas para la recolección principalmente por el clima y además

se pagan mucho más porque la oferta en el mercado es menor.

Así las cosas, la intención es alargar la campaña siempre buscando variedades más tempranas que se adelanten y que nos permitan un periodo más amplio para la comercialización.

Si encontramos una variedad tardía que ofrezca también buenas cualidades de producción y calidad no la podemos descartar, porque hay un mercado que aprecia el níspero y porque para los productores es importante alargar la campaña incluso con variedades más tardías. Lo importante es estar presentes en los mercados con fruta de calidad el periodo más amplio que permitan nuestros cultivos.

**VF.** En la producción de nísperos ¿hacia dónde van dirigidas las mejoras? ¿A obtener calibre, rendimientos y sabor?

**SS.** De nuestros padres aprendimos hace tiempo cómo cultivar los nísperos y mediante prácticas culturales como la poda del ramillete floral y los aclareos posteriores logramos frutos con calibre más grande. Pero nuestro reto siempre ha sido, es y seguirá siendo, la obtención de frutos buenos, saludables, de buen calibre y sobre todo de muy buen sabor, característico de las producciones de nuestra zona tradicional.

Queremos resaltar de manera especial este objetivo, porque pensamos que solo en nuestra zona se puede alcanzar esta calidad de nísperos y que el sabor de nuestros frutos es característico e inigualable por las condiciones de nuestras tierras, nuestras aguas y la profesionalidad de los agricultores de la cooperativa.

**VF.** ¿Qué retos se vislumbran en el futuro del níspero y de la cooperativa?

**SS.** Son muchas familias las que viven de su trabajo en la cooperativa. Más de 1.000 agricultores dependen de que funcionemos perfectamente y lo hagamos cada vez mejor: Es una labor conjunta: los agricultores cultivamos con esmero y recolectamos con mucho cuidado mientras que la cooperativa comercializa de manera profesional y de ello nos beneficiamos todos.

Yo solo puedo decir que es conocida nuestra labor y que todos respetamos el perfecto funcionamiento cooperativo. Estoy convencido de que es la mejor manera que tienen los agricultores de sacar adelante su producción y su economía.

Tenemos por delante muchos retos importantes para la agricultura en general y en particular para nuestros cultivos que, por estar ubicados en zona montañosa, lo necesitan especialmente: las mejoras e inversiones en las cubiertas de los bancales, las mejoras en la implantación de las nuevas variedades de las que somos obtentores y la mejora en la comercialización en nuevos mercados importantes para las frutas de calidad.

Desde la cooperativa apostamos por el futuro del níspero y tenemos el convencimiento de que esta fruta, que ya es conocida y apreciada, cada día lo será más por su sabor y sobre todo por las cualidades saludables que se le han comprobado tras diferentes investigaciones, y porque es la primera fruta natural recién recolectada de los árboles que llega a las mesas de los consumidores en la primavera, y quienes prueban nuestros nísperos, no dejan ya de consumirlos.

## XAVIER ROSARIO / Rosario Louis SARL “Es necesario dar a conocer el níspero al consumidor francés”

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿A cuándo se remonta la relación de Louis Rosario con la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià?

**Xavier Rosario.** Esta relación se remonta a principios de los años sesenta cuando mi abuelo y un grupo de agricultores de Callosa impulsaron la constitución de la cooperativa Callosa d'En Sarrià. Mi abuelo junto con los socios de la cooperativa fueron pioneros en la comercialización del níspero en Francia e Italia. Con la construcción del mercado de Saint-Charles Internacional —en la década de los 80—, se produjo el gran despegue de la comercialización del níspero de Callosa en estos dos países, siempre con la firma Rosario como referente. Cincuenta años después aquí seguimos, la tercera generación de la familia Rosario apostando por esta fruta. Somos la empresa que trabaja en exclusiva la marca Ruchey para todo el mercado francés, un níspero de calidad certificada con el sello de la Denominación de Origen Níspero de Callosa d'en Sarrià.

**VF.** ¿Cómo definiría el consumo del níspero hoy día?

**XR.** Es un producto que a nivel de consumo en Francia ha ido a menos en los últimos años. Entre las razones podríamos apuntar el precio, al tratarse de un producto caro, y su limitado consumo concentrado en la población procedente de áreas del Mediterráneo. De hecho, para el consumidor francés, por ejemplo del norte del país, es un producto desconocido o que no le atrae. Es como si en España intentaras vender chufas en Vigo o Madrid.

Aquí también habría de destacar la competencia que en los últimos años han generado las producciones del sur de España y que han perjudicado comercialmente al níspero de Callosa d'en Sarrià.

**VF.** ¿Por qué?

**XR.** Hace ya años que al mercado francés llegan también nísperos de la zona de Andalucía (Málaga-Granada). Su campaña comienza antes que la de Callosa con variedades tipo 'americanas'. Pero estos nísperos, si bien son más precoces, no cuentan con un certificado de calidad como la DO de Callosa d'en Sarrià que garantiza una oferta con variedades específicas y parámetros cualitativos controlados y autenticados. Son nísperos que a primera vista atraen por su forma redondeada pero que luego decepcionan al paladar. En calidad gustativa no pueden competir con nuestra variedad Algerie, y al llegar antes estropean el mercado al decepcionar al consumidor que ya no vuelve a comprar por mucho que nuestros nísperos, que vienen después, puedan cumplir con sus expectativas de sabor. Esto supone un doble esfuerzo para

nosotros al tener que recuperar la confianza de los clientes y consumidores.

La buena noticia es que en los últimos tres años la producción en el sur de España está bajando. Se están arran-



Xavier Rosario, director comercial de Rosario. / RL

cando nísperos y plantando aguacates, que resultan más rentables. Esto supone el inicio de un nuevo ciclo comercial con menos competencia del sur y en el que nuestro níspero DO volverá a recuperar su posición en el mercado francés.

**VF.** ¿Cómo se podría promover el consumo en Francia?

**XR.** Llevamos años insistiendo a la cooperativa y a la propia DO de la necesidad de desarrollar acciones para dar a conocer el níspero de Callosa ya que la mitad de la población gala aún lo desconoce.

Por ejemplo, acciones como las que desarrolla la DO Kaki de la Ribera del Xúquer serían muy positivas: campañas dirigidas al cliente final con degustaciones en los puntos de venta, presencia activa en los medios de comunicación dando a conocer el producto, explicando cómo consumirlo, aportando ideas culinarias, haciendo hincapié en sus propiedades saludables...

Con Internet y las redes sociales se pueden poner en marcha un sinfín de iniciativas promocionales con un coste menor.

# Nísperos

beneficios  
para  
tu salud

Contiene potasio que contribuye al funcionamiento normal de los músculos.

Frescos



Jugosos

Contiene vitamina C que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario.



[www.nisperosruchey.com](http://www.nisperosruchey.com)



Coop. Agrícola de Callosa d'En Sarrià, C.V. Partida Micleta s/n - 03510 Callosa d'En Sarrià Tel. 965 880 100 - Fax: 965 881 883

ESTEBAN SOLER / Responsable del Área de Producción y Calidad (I+D+i) de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

# “La mejora varietal ya es una realidad en nuestra comarca”

*Esteban Soler demuestra verdadera pasión y constancia en su trabajo para mejorar el cultivo del níspero y las labores de los agricultores integrados en la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. Ese esfuerzo ha dado sus frutos en muchos aspectos. Extraordinarios objetivos en beneficio de todo el sector del níspero como son la caracterización genómica de las diferentes variedades, la lucha sostenible contra las plagas, las hibridaciones para obtener nuevas variedades, la mejora y aquilatado del abonado, la optimización del riego o los polinizadores más eficaces.... Avances que han demostrado que aportan beneficios a la zona productora y una esperanza para el futuro de este cultivo tradicional.*

**Valencia Fruits.** Como responsable técnico de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià ¿qué puede comentar de la presente campaña?

**Esteban Soler.** La campaña del níspero de este año viene con algunos días de retraso en la maduración respecto a campañas anteriores. Si tomamos como referencia las últimas campañas, esperamos el inicio de la maduración unos diez y doce días más tarde, pero con una calidad excelente, buen nivel de azúcar, con un sabor excepcional.

Agronómicamente, la presente temporada la podemos definir como normal en cuanto a producción, muy buena en cuanto a calidad organoléptica, con un sabor excelente desde el inicio de la campaña, porque el calibre y la maduración son buenos. La falta de lluvias y la consecuente falta de humedad, durante gran parte del periodo de cultivo han evitado los tratamientos fitosanitarios. Solo han hecho falta para llevar adelante la cosecha con la máxima calidad, los tratamientos naturales de prevención. La fruta tiene muy buen aspecto, muy buena consistencia y, lo más importante, mucho dulzor.

**VF.** En este inicio de la fase de recolección, ¿habrá problemas de falta de mano de obra?

**ES.** Hemos comprobado que la bolsa de trabajo abierta en la Cooperativa Callosa d'en Sarrià ha dado buen resultado con las incorporaciones de gente que trabajaba en la hostelería de la costa y tienen cerrados sus centros de trabajo y los estudiantes que han visto la oportunidad de obtener ingresos. Los que vienen de familia agricultora han vuelto a la casa a cultivar y lo hacen con mucha motivación e interés, que es necesario para tratar esta fruta. Con todo ello, no necesitaremos grupos de trabajadores de otros lugares.

Hay trabajos que se tienen que realizar con un poco más de preparación como es el envasado en tarrinas para las grandes superficies que los agricultores no pueden completar en sus almacenes, por las peculiaridades de ese envasado y por la codificación de cada envase. Se realizan desde la cooperativa en los almacenes que tiene habilitados al respecto y lo hacen con mucha profesionalidad.

**VF.** En el área de I+D, ¿cuáles son las acciones más destacadas que está llevando a cabo la cooperativa?

**ES.** La Cooperativa de Callosa d'en Sarrià ha apostado decididamente por la investigación que se traduce en un conjunto importante de proyectos que han contado con la colaboración y ayuda



Esteban Soler, responsable de I+D+i de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. / VF

**“Hemos seleccionado cuatro variedades híbridas cuyos resultados ya contrastados plenamente van a suponer para la comarca una verdadera revolución del cultivo”**

de las instituciones tanto la administración autonómica como los centros de investigación, y cuyos resultados están ofreciendo importantes beneficios a los agricultores y a la comercialización, por un lado aquilatando los costes y por otro mejorando las producciones en variedades más precoces y productivas.

Si tenemos que destacar alguna, esa es la línea de los híbridos en la que, después de muchos años de trabajo, al menos diez de todos ellos han mostrado unos resultados esperanzadores. De esas diez hemos seleccionado cuatro variedades cuyos resultados ya contrastados plenamente van a suponer para la comarca una ver-

**“Este año la fruta tiene muy buen aspecto, muy buena consistencia y, lo más importante de todo, mucho dulzor”**

dadera revolución del cultivo. Ya están en las explotaciones de los agricultores con resultados excelentes. Con ellas vamos a ampliar mucho el abanico de variedades tempranas de muchísima calidad y también alguna variedad tardía. Las más tempranas tienen muy buen comer y una respuesta agronómica excelente y las tardías tienen muy buen calibre de fruto y muy buen sabor.

Los híbridos se han obtenido con las variedades Amadeo, Cardona y variedades chinas que junto al Algeri han proporcionado como resultado esos híbridos.

Una vez testados y comprobada su respuesta agronómica se han implantado ya en las explotaciones de los socios de la cooperativa. Por fin estamos obteniendo los frutos de nuestra investigación realizada durante los últimos años.

Ahora es el momento ideal para que los agricultores que quieran renovar sus cultivos o reconvertir puedan comprobar en campo los resultados de nuestras investigaciones. ¡Qué mejor prueba para afrontar el futuro!

Respecto a las mejoras en el riego de nuestros cultivos tenemos que decir que la investigación está completada y que como resultado tenemos que concretar el riego con 24 goteros por árbol de dos litros hora, con lo que obtenemos una reducción del caudal y se optimiza el uso del agua de riego, obteniendo los mejores

resultados de vegetación y cosecha para los agricultores.

Damos a nuestros árboles, lo que necesitan en cada momento para que la cosecha sea la mejor en cantidad y calidad.

**VF.** Son muchos los proyectos que se han desarrollado con éxito, pero de entre todos ellos, además de las variedades híbridas, ¿cuál se debería destacar por las posibilidades de futuro que aporta para a la comarca?

**ES.** La obtención de dos árboles de nísperos triploides y dos tetraploides. Son árboles que por su cantidad de cromosomas, como las sandías sin semillas o las uvas apirenas, podrían tener como resultado un fruto de níspero sin hueso. De hecho, ya tenemos un árbol triploide que desde hace tres campañas fructifica y que observamos periódicamente para comprobar su desarrollo y la evolución de sus frutos sin semilla. Como en todas las investigaciones, tendremos que ser muy cautos y seguir su análisis de manera muy estricta.

Somos optimistas porque vamos cerrando procesos de investigación que aportan beneficios para nuestra cooperativa, los agricultores y la comarca. Vamos conociendo mejor el níspero en todos sus ámbitos.

**VF.** Pensando en el futuro, ¿considera que existen razones de peso para trabajar con ilusión y seguir desarrollando el níspero?

**ES.** Hemos avanzado mucho en la mejora del cultivo, en las modalidades de riego, en las estrategias de poda..., también hemos mejorado cambiando el paisaje de nuestra comarca, cubriendo las tierras de estructuras de mallas para proteger nuestra cosecha. Trabajamos desde hace años mejorando y seleccionando las variedades. Estoy convencido de que hay mucho futuro para esta producción de níspero porque quienes prueban esta fruta, difícilmente dejan de consumirla.

Hemos mejorado en muchísimos aspectos, pero lo que nunca podrá cambiar y es lo que nos diferencia de todas las demás producciones, es el carácter artesanal y la necesidad de este cultivo de un trato cuidadoso a sus frutos, algo, que a lo largo de los años hemos aprendido y forma parte de nuestra manera de ser.

Callosa d'en Sarrià y la comarca entera no seríamos lo que somos si no fuera por nuestros nísperos. Es precisamente por esta razón por lo que merece la pena seguir explorando nuevas mejoras, oportunidades, variedades híbridas...

Hemos avanzado mucho pero aún hay mucho por delante para experimentar a favor de nuestros agricultores y siempre contemplando todas las mejoras como una revolución varietal, basada en la tradicional Algeri y manteniendo, preservando y mejorando las condiciones organolépticas, sabor, imagen, calibre, productividad, precocidad y conservación. Esas son las claves de una mejora varietal, que hoy es ya una realidad en nuestra zona.



Tal como señala Esteban Soler: “ahora es el momento ideal para que los agricultores que quieren renovar sus cultivos reconvertir, puedan comprobar en campo los resultados de nuestras investigaciones”. / ARCHIVO

CRISTINA SANTACREU BARDISA / Productora de nísperos y secretaria comarcal de la Unió de Llauradors i Ramaders de la Marina Baixa

# “Pertener a una cooperativa es una de las decisiones más importantes que toma un agricultor”

*Agricultora profesional y titular de una explotación familiar, Cristina Santacreu recuerda con emoción cómo de pequeña dedicaba su tiempo libre a preparar las cajas para envasar los nísperos. Ahora, como Secretaria Comarcal de La Unió de Llauradors i Ramaders de la Marina Baixa, aúna la experiencia y tradición de sus padres con criterios y aprendizajes novedosos y nuevas estrategias de cultivo para llevar al mercado nísperos excelentes.*

**Valencia Fruits.** ¿Cómo se presenta la temporada 2021?

**Cristina Santacreu.** Los frutos presentan un buen calibre y un nivel de dulzor excelente. La calidad de los nísperos es muy buena, con mucho sabor.

La cosecha llega con un poco de retraso en algunas zonas respecto a las campañas pasadas. Esperamos que el tiempo acompañe con fresco de las noches y no mucho calor por el día para sacar la cosecha en las mejores condiciones.

En cuanto al comportamiento de los mercados, esperamos que la comercialización fluya adecuadamente sin atascos y que los consumidores puedan disfrutar de esta buena campaña.

Hemos sabido posicionar el níspero en los mercados de los países miembros de la UE y en mercados más lejanos, gracias a la excelencia que alcanza nuestro fruto por presencia, envasado, calibres y sabor. Sin embargo, echamos en falta al mercado ruso. Los agricultores, tanto de nísperos como de otros cultivos, estamos sufriendo problemas que no son responsabilidad nuestra, son conflictos políticos que no deberían afectarnos. Por eso, desde La Unió, estamos convencidos de que se deberían realizar las gestiones oportunas para que se reabra el mercado ruso.

**VF.** ¿Cuál ha sido su trayectoria como agricultora?

**CS.** La agricultura ha estado siempre presente en mi vida. Llevo muchos años

como profesional agrícola, soy titular de una explotación familiar y estoy casada con un agricultor profesional. Además, ambos estamos integrados en la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. Creo que pertenecer a una cooperativa es una de las decisiones más importantes que toma un agricultor. En nuestro caso, el movimiento cooperativo en la comarca de la Marina Baixa está muy bien representado y funciona con eficacia en la defensa de los intereses económicos de los agricultores.

**VF.** ¿Qué nos puede contar sobre la actividad del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Níspero de Callosa d'en Sarrià?

**CS.** Conseguir la Denomi-

nación de Origen es uno de los logros más importantes para nuestra producción de nísperos. Los agricultores de nuestra comarca sabemos que, cuidando y exigiendo la máxima calidad desde el cultivo hasta la comercialización, podemos garantizar un níspero con una calidad excelente. El comportamiento de los consumidores también nos ha dado la razón, pues quieren frutas naturales, sabrosas y con contenidos saludables. Y nosotros ofrecemos eso con total garantía avalada por nuestro Consejo Regulador.

Los agricultores tenemos un control muy estricto a la hora de cultivar, envasar y comercializar nuestros nísperos. Gracias a los controles de calidad optamos a la excelencia. Además, si la calidad de los nísperos es excelente los consumidores volverán a comprarlos, y por tanto, la demanda en el mercado aumenta. Por eso tenemos muy claro que los estrictos controles nos benefician a todos. Por otra parte, el consejo regulador promueve el consumo de los nísperos amparados bajo la Denominación de Origen.

A causa de la pandemia y de la escasez de recursos, nos hemos visto obligados a idear formas ingeniosas de promoción, y

lo mismo con el proceso de envasado, el control de calidad en los almacenes y la comunicación entre los socios y la propia cooperativa. Hemos vivido una digitalización muy intensa en todos los ámbitos. Además, en

el tema de la promoción hemos descubierto que las redes sociales ofrecen un canal muy ágil y directo para realizar la promoción y llegar a más consumidores. Tenemos la esperanza de que estos avances en la informatización de nuestro ámbito y en el acceso a los mercados y consumidores vaya en aumento en las próximas campañas.

**VF.** ¿Qué podemos decir de los costes de producción?

**CS.** Nuestros costes de producción son muy elevados. El correspondiente a la obra para casi el 80%, pues hay que desbrozar, triturar, realizar el primer aclareo de los ramilletes de flor, otro aclareo con los frutos ya cuajados, realizar algún tratamiento y la recolección



Cristina Santacreu opina que, “el movimiento cooperativo en la comarca de la Marina Baixa está muy bien representado y funciona con eficacia en la defensa de los intereses económicos de los agricultores”. / ARCHIVO

con manos especializadas que respeten la fragilidad de esta fruta. En cuanto al envasado, que se realiza en nuestros almacenes, también se necesitan manos expertas que realicen de manera adecuada el calibrado de los frutos para que su clasificación a la entrada en la cooperativa sea adecuada y no haya disconformidades.

El alto coste de la mano de obra especializada —y en general de los costes de producción— justifica las reivindicaciones fiscales que llevamos años realizando, para exigir a los Ministerios de Agricultura y al de Economía y Hacienda que se respeten unos coeficientes o módulos más bajos. Pero no de manera circunstancial, sino de manera permanente.

Desde la organización agraria hemos elaborado informes muy bien argumentados que las administraciones deberían contemplar a la hora de adecuar las imposiciones fiscales a la realidad de nuestra producción.

Otra de las reivindicaciones es referente a los precios de nuestras cosechas. Salvo el espejismo del inicio de la campaña pasada en que todos los precios remontaron, la realidad que vivimos es que los precios que se pagan al agricultor no cubren los costes de producción ni ofrecen ningún margen digno de beneficio. Además, queremos

destacar que esto no solo compete a los cultivos de nísperos, también lo hemos visto en producciones de cítricos y diferentes hortalizas.

**VF.** ¿Qué otros aspectos destacaría del níspero?

**CS.** La primavera es la mejor época para disfrutar de esta extraordinaria fruta. El níspero destaca por su sabor único, exclusivo y diferenciado, con un dulzor y un punto ácido que le confiere a nuestro paladar sutilezas y sensaciones sublimes. Además, es una fruta única y verdaderamente saludable por su contenido en minerales y provitaminas, y por la gran cantidad de hierro, fósforo, potasio y cobre.

Los valles del Algar-Guadalest componen la comarca productora por excelencia y por tradición del níspero. La primera a nivel mundial por su comercialización y exportación y la segunda por su volumen de producción.

Los productores de níspero conjugan la tradición secular y el mantenimiento de todo lo aprendido por nuestros mayores con las nuevas técnicas de cultivo para obtener una cosecha más atractiva y saludable. Además, somos el único país donde se ha amparado esta fruta con una denominación de origen y donde estamos desarrollando una investigación y experimentación de variedades híbridas al más alto nivel, con unos resultados ya registrados e implantados en nuestras parcelas.

Por otra parte la presencia de la mujer es bastante amplia y nuestro compromiso se concreta en mejorar las condiciones para la incorporación a la titularidad de las tierras y para fomentar nuestra presencia en los órganos de dirección de todos los colectivos. El futuro del níspero será mejor si conseguimos equiparar la presencia y responsabilidades de mujeres y hombres, todos juntos.

**rosario**  
TU CASA EN FRANCIA

Desde 1947

PERPIGNAN - FRANCE  
Tel.: +33 (0) 468 68 33 11  
louisrosario.com  
xavier@louisrosario.com

IMPORTATION - EXPORTATION

WENCESLAO FERRANDO PÉREZ / Presidente de la DO Nísperos de Callosa d'en Sarrià

# “Proteger la marca de calidad Nísperos de Callosa d'en Sarrià es nuestra razón de ser”

*Con las ideas muy claras para la defensa de la reputación y el prestigio de esta producción singular, Wenceslao Ferrando no duda en señalar que la principal labor del Consejo Regulador es la garantía de excelencia, calidad y origen de los nísperos amparados por la DO que preside. A pesar de las limitaciones presupuestarias, la DO apuesta por una promoción orientada a destacar las extraordinarias cualidades saludables del níspero en las redes sociales, que se han evidenciado como un medio muy fértil y directo a la hora de promocionar el consumo y las propiedades de esta fruta singular.*

**Valencia Fruits.** ¿Qué primeros datos puede avanzar la DO de la presente campaña de nísperos?

**Wenceslao Ferrando.** Iniciamos una nueva campaña marcada por la incertidumbre a causa de la pandemia. La temporada pasada ya generó un problema, además del sanitario. Para nuestro sector supuso enfrentarnos a problemas en el transporte, con una serie de nuevos y estrictos protocolos de salubridad desconocidos hasta entonces, la falta de trabajadores por los confinamientos y el canal Horeca cerrado, que es un fiel consumidor de calidades específicas.

La presente campaña pensamos que será similar a la anterior en cuanto a volúmenes. Nos llega con unos días de retraso respecto a ejercicios anteriores. Ya estamos cogiendo nísperos pero todavía nos encontramos en los inicios, y hasta dentro de unos días no empezaremos a recolectar volúmenes significativos.

Los árboles producen nísperos de calidad porque los agricultores tienen una sabiduría heredada y los cultivan en una comarca idónea. Los árboles no saben nada de coronavirus. Somos los agricultores los que tenemos que adaptarnos a estas nuevas circunstancias y yo diría que lo hemos hecho bastante bien. Esperamos una campaña normal en cuanto al volumen de producción se refiere, y excelente cuando nos referimos a la calidad de nuestros frutos.

Desde hace algunos años va aumentando la superficie de cultivo cubierta de estructuras de malla lo que protege la producción principalmente del viento y el pedrisco. Las producciones bajo malla son abundantes, de muy buena calidad y sobre todo de muy buen calibre de frutos.

Esperamos tener una buena cosecha, que los precios en el mercado, ahora que dicen que estamos superando la crisis en la que se escudaban, resulten adecuados, y que el agricultor perciba un precio justo que le compense de todos los esfuerzos que le comporta cada campaña. Tenemos una fruta singular, de excelente sabor y apreciada por el consumidor. Nuestra tarea es darla a conocer, tanto en los diferentes países, como en nuestro mercado nacional.

Destacar que todo el sector está aplicando, desde la campaña anterior, las medidas decretadas para la prevención de la COVID-19 tanto en la recolección, el envasado como en la comercialización. Medidas que se refieren a la protección de los trabajadores para evitar todo contagio y



La sello de la denominación de origen es la carta de presentación y la garantía de calidad ante el consumidor./ DO

de la propia fruta que tratamos con medidas especiales de salubridad en todo el proceso.

**VF.** ¿Cuáles son objetivos marcados respecto de la protección y la certificación de calidad en esta campaña?

**WF.** Proteger la Marca de Calidad Nísperos de Callosa d'en Sarrià es nuestra razón de ser. Ningún productor puede utilizarla si no está inscrito y en el caso de los almacenes, exactamente igual. Somos una entidad de derecho público que rendimos cuentas ante la Consejería de Agricultura y tenemos autonomía de funcionamiento pero bajo la tutela de la administración. Defendemos la marca para que el consumidor tenga plena garantía de la calidad y la procedencia, y evitamos que otros puedan utilizarla mal.

Los agricultores de esta comarca llevan muchos años totalmente comprometidos con la defensa de su producción y son ellos mismos los que desde entonces cuidan y protegen la calidad de sus producciones. La DO ha amparado unas prácticas culturales en el campo, unas variedades y un saber hacer, que son garantía de futuro. La reputación y el prestigio de los nísperos se lo ganaron a pulso los agricultores que de padres a hijos han transmitido su sabiduría. Desde el consejo regulador nos esmeramos para que nadie pueda utilizar mal el origen y defraudar con la calidad.

Estamos convencidos de que el control de calidad se tiene que llevar al cien por cien por todos los que participamos en el proceso de producción, envasado y comercialización, y alcanzar el máximo nivel de excelencia posible, de tal manera que tanto el eslabón comercial como el consumidor tengan absoluta seguridad en todo lo que certificamos.

**“Los agricultores de la zona trabajamos desde hace muchos años con criterios muy claros de calidad, de seguridad alimentaria y de trazabilidad”**

**“Ante la imposibilidad de acudir a ferias y eventos de promoción, descubrimos que las redes sociales son realmente útiles para la promoción”**

La ISO/IEC 17065:2012 establece un compromiso de calidad, independencia, imparcialidad, integridad y confidencialidad del proceso de certificación. Es una norma con validez internacional, que concreta los criterios generales para los organismos de certificación y genera confianza en las marcas de calidad. Define mejor los criterios de imparcialidad, establece los mecanismos para salvaguardarla y exige un compromiso entre cliente y certificador como garantía del proceso.

Los agricultores de la zona trabajamos desde hace muchos años con criterios muy claros de calidad, de seguridad alimentaria y de trazabilidad.

**VF.** ¿Cuáles son las funciones principales del Consejo Regulador?

**WF.** La DO, por su alto nivel de exigencia, es la carta de presentación de nuestra fruta excelente y succulenta, y la garantía ante el consumidor de que tiene lo mejor de los nísperos de nuestra comarca. El futuro lo tenemos que ganar manteniendo esos niveles exigentes de calidad a fin de que los consumidores los aprecien porque les ofrecemos

unos nísperos extraordinarios, cultivados en la zona tradicional con un sistema de cultivo absolutamente artesanal y eso junto con sus contenidos nutricionales hace de nuestra producción un alimento excepcional y una fruta sana que aporta muchos beneficios a los consumidores.

Precisamente ahora son más necesarias frutas de alto contenido en vitaminas y minerales, precursores de los antioxidantes que fortalecen nuestro organismo. El consumo de fruta fresca mejora considerablemente las defensas y ayuda a mantener nuestra salud. Hay estudios realizados que nos indican que los nísperos por su alto contenido en minerales, vitamina A, taninos polifenólicos y otros elementos nutritivos son excepcionalmente beneficiosos para nuestra salud y bienestar. Nuestro mensaje es que tenemos unas de las frutas más tempranas cuyo consumo aporta beneficios para la salud por sus cualidades. El níspero, la primera fruta de la primavera, viene ahora, en esta época del año, por algo, no puede ser casualidad.

Otra de las funciones es la vigilancia de que nadie use de forma inapropiada la marca y la imagen de nuestro níspero.

La promoción es otra de las actividades clave de la DO. En este apartado, durante el pasado año, ante la imposibilidad de acudir a ferias y eventos de promoción, descubrimos que las redes sociales son realmente útiles. Publicamos en las redes, realizamos algunos sorteos y contamos con influencers consumiendo y cocinando con nuestros nísperos, con resultados realmente buenos en Madrid y Barcelona. Nos sorprendió la demanda en los supermercados y en los mercados de cercanía. Tratamos de dinamizar el conocimiento y el consumo, difundiendo las cualidades de nuestros nísperos y los beneficios saludables. Después de los buenos resultados obtenidos, en la presente campaña vamos a potenciar mucho más nuestra presencia en las redes sociales.

**VF.** ¿Qué peso tendrá un aspecto tan importante como la sostenibilidad y el respeto medioambiental en las acciones de la DO?

**WF.** Tenemos que ofertar nuestra fruta como algo único, producido en una zona muy limitada geográficamente que nos proporciona una fruta excepcional. El níspero se aclimató en nuestra comarca hace siglos y desde entonces lo hemos desarrollado y mejorado para ofrecerlo al mundo. Creemos que tiene futuro y para ello trabajamos y mejoramos cada campaña.

Trataremos de fomentar que los almacenes, al igual que se certifican en los diferentes protocolos de calidad y se inscriben en el censo de almacenes del consejo regulador, se certifiquen también en el protocolo de la huella de carbono, que establece ante los consumidores cual es el nivel de contaminación en todo el proceso. Cada vez se hace más necesario implementar políticas responsables con el medio ambiente. Nuestro coste energético es muy bajo y estamos cumpliendo con la cercanía a los centros logísticos de envasado y comercialización, con la limitación en el uso de recursos naturales como el agua, cuyo sistema de riego tradicional por azudes y por gravedad en casi todos los bancales hace que el compromiso con una menor huella de carbono sea eficaz y nos satisface cumplirlo.

**VF.** También hay otros temas que preocupan a los productores y de los que el consejo regulador se hace eco. ¿Cuáles son esos temas?

**WF.** Hay algunos temas generales que afectan a todos los productores que nos preocupan especialmente. Reclamamos la reducción del módulo fiscal de manera permanente, a un nivel que sea asumible por los agricultores, ya que al ser todas las labores manuales, los costes de producción son muy elevados. Hacienda contempla un 37% sobre el rendimiento del agricultor pero basándose en unos costes de cultivo menores de los reales, por tanto sobre un margen de beneficio excesivo respecto de la realidad. Además hay que tener en cuenta que el agricultor envasa en la misma explotación y lleva su producción a la cooperativa o al almacén ya envasado. Es decir, que en el monto que percibe hay que incluir los costes de producción y de envasado, y al final los rendimientos como beneficio que le llegan son menores, por lo que no deberían estar gravados con ese porcentaje tan elevado.