



Jorge Bretó ha visto cambiar sus responsabilidades en Citrosol en los últimos meses al pasar de director de Operaciones a CEO de la firma valenciana. / FOTOGRAFÍAS: ÓSCAR ORZANCO

“En Citrosol aspiramos a ser referente mundial en tratamientos postcosecha de frutas y hortalizas”

► RAQUEL FUERTES. ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Jorge Bretó lleva al frente de Citrosol desde los inicios de 2021. Sin embargo, su experiencia en la compañía abarca prácticamente 25 años, tiempo en el que este biólogo ha pasado desde el contrato en prácticas hasta sucesivos puestos en los que se iba incrementado su responsabilidad. Hoy, al frente de la compañía española líder en tratamientos postcosecha nos pone al día de la marcha de la empresa, de los proyectos en los que están trabajando y también de un ambicioso objetivo de futuro para el que no hay fronteras.

Valencia Fruits. Aunque su nombramiento como CEO es relativamente reciente, su experiencia en la compañía empezó hace muchos años...

Jorge Bretó. En noviembre hará 25 años. Entré con 24 años, en prácticas en otra de las empresas del grupo dedicada a temas de medioambiente. Luego ya pasé departamento Técnico de Citrosol donde estuve varios años de Coordinador, hasta hace unos dos años, cuando ocupé el cargo de director de Operaciones. Y hasta este último cambio.

VF. Después de tantos años en la compañía, ¿cómo ha cambiado su visión de Citrosol tras estos meses al frente de la misma como principal responsable?

JB. Yo diría que tampoco ha cambiado demasiado. El hecho de estar en el Consejo de Administración de la compañía desde hace 20 años siempre ha provocado que me preocupase del buen funcionamiento de la empresa,

además de que habitualmente se ha contado con mi opinión en aquellos asuntos más relevantes o estratégicos, y debo decir que en la mayoría de casos no ha diferido demasiado de la visión de la anterior dirección de la empresa. La principal diferencia radica en que, en mi nuevo puesto, la responsabilidad de que las cosas salgan bien es principalmente mía y esto siempre puede producir un poquito más de vértigo. Pero afortunadamente tenemos un gran equipo y esto ayuda mucho a que las decisiones que tomo sean las más adecuadas en todo momento.

VF. ¿Han cambiado también sus rutinas a la hora de trabajar? ¿Cómo influye el tener que estar en contacto con todos los departamentos y áreas de la compañía en el día a día de trabajo?

JB. Sí, efectivamente esto sí ha cambiado bastante. En mis anteriores responsabilidades tenía una parte importante del

“Actualmente somos líderes en España y nuestra cuota en el mercado nacional está alrededor del 35% (...) Nuestro crecimiento ha sido constante”

“En mi opinión, la innovación no es el único secreto del éxito de Citrosol, pero sí el más importante. Nos ha permitido diferenciarnos en el mercado”

“Las características de nuestras innovaciones ayudan a nuestros clientes a obtener mejores resultados y a ser empresas más sostenibles”

“El componente del equipo nos diferencia: tenemos un equipo muy bueno. Gente muy preparada, muy implicada y comprometida con los objetivos de la empresa”

trabajo que realizaba directamente y ahora, como es lógico, esto se ha reducido bastante, ya que necesito dedicar mucho más tiempo a planificar y revisar el cumplimiento de objetivos de los diferentes departamentos.

Por otra parte, ahora estoy en contacto con todos los departamentos, por ejemplo, la interacción con las áreas de Servicios Corporativos, Marketing y Comunicación, Recursos Humanos o el área Legal, mientras que anteriormente mi interacción con estos departamentos de la empresa era mucho más escasa. Esto ayuda bastante a tener una visión todavía más amplia del funcionamiento de la empresa.

VF. ¿Echa de menos el laboratorio?

JB. Un poco sí, porque me gusta. Aunque sigo tratando temas técnicos en mi trabajo actual.

VF. ¿En qué posición se encuentra actualmente Citrosol entre los fabricantes de productos postcosecha en España?

JB. Actualmente somos líderes en España y nuestra cuota en el mercado nacional está alrededor del 35%. Lo importante es que durante los últimos años nuestro crecimiento ha sido constante y hemos ido incrementando año

a año nuestras ventas. Nuestro objetivo es seguir haciéndolo y en eso dedicamos gran parte de nuestros esfuerzos.

VF. Aunque los premios no son algo nuevo para Citrosol, en los últimos meses la innovación ha sido reconocida en dos ocasiones, recibiendo galardones muy prestigiosos, ¿el secreto del éxito de la compañía es, precisamente, la innovación?

JB. Efectivamente, en abril la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) nos hizo entrega del Premio a la Innovación Tecnológica 2020, que ya nos concedió en el año 2015, y hace tan solo unos días recogimos el Premio a la Innovación en la Empresa 2020 de la Cámara de Comercio de Valencia, en un acto que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Valencia. Además de ser finalistas en la candidatura de pyme del año en el año 2018 y 2020.

En mi opinión, aunque hay más factores, no es el único secreto del éxito de Citrosol, pero sí el más importante. Nos ha permitido diferenciarnos en el mercado en momentos clave. Creo además que el hecho de que nuestras innovaciones estén enfocadas no solo a obtener los mejores resultados, sino que también buscan mejorar la sostenibilidad de los procesos postcosecha, hace que estas innovaciones sean doblemente valoradas por los clientes, ya que a ellos también les ayuda a obtener mejores resultados y a la vez ser empresas más sostenibles.

VF. Aparte de la innovación, ¿hay algo más que diferencie a Citrosol?

JB. El componente del equipo: tenemos un equipo muy bueno. Gente muy preparada, muy implicada y comprometida con los objetivos de la empresa.

VF. ¿Cuál es el camino para los productos postcosecha cuando las materias activas y los LMR están cada día más restringidos?

JB. Es cierto que existen cada vez más restricciones en la postcosecha, hay cambios normativos, de buenas prácticas agrícolas, de las auditorías de los supermercados..., que no siempre responden a criterios científicos o de protección de la salud del consumidor, y a veces parece que más bien se trate de una competición. Pero hay que decir que también hay cambios positivos que suponen una mayor profesionalización del sector. En todo caso hay que ir adaptándose a estos cambios y a los que puedan venir. Y eso es lo que vamos haciendo en Citrosol.

Nosotros llevamos muchos años trabajando con tratamientos alternativos o "sin residuos" y nos vamos adaptando a estas restricciones. La fruta más tendente a pudrir son los cítricos, sobre todo el limón y las mandarinas, y es muy difícil que la fruta no pudra sin utilizar los fungicidas convencionales. Pero dentro de un orden. Hay casos en los que sí se puede reducir las materias activas y se puede mejorar mucho disminuyendo los residuos que lleva la fruta, y esto es lo que hacemos con nuestros tratamientos alternativos.

Por otro lado, hace ya años que nosotros manejamos un término llamado "postcosecha de precisión", esto significa que tenemos en cuenta las variabilidades de tratamiento que hay



Bretó es biólogo y durante muchos años su trabajo estuvo estrechamente ligado al laboratorio de Citrosol.

en la confección en un almacén. Eso lo estudiamos de manera minuciosa e intentamos que vayan disminuyendo. Es un trabajo de gestión de calidad que realizamos con nuestros sistemas de aplicación, con sensores, para reducir al máximo la variabilidad en las aplicaciones y en las concentraciones de los productos químicos. Esto quiere decir que aplicamos con mucho criterio los fungicidas convencionales y los productos de "química verde".

VF. ¿Cómo encajan los tratamientos postcosecha con las producciones ecológicas?

JB. Nuestra gran apuesta en ecológico se llama Biocare by Citrosol, actualmente formada por media docena de productos: dos desinfectantes de uso seguro para el lavado higiénico de frutas y hortalizas; un detergente para la limpieza de cítricos; un producto para el control del podrido de los cítricos que incrementa su vida comercial y, por último, dos recubrimientos a base de cera de extractos vegetales llamados Plantseal, para reducir la pérdida de peso y el daño por frío que se produce en los frutos en los envíos a larga distancia y en las cámaras de frigoconservación.

Esta gama está certificada para uso en agricultura ecológica y hace pocos meses recibimos también la certificación de los recubrimientos Plantseal como productos aptos para consumidores veganos.

De momento, estos son los desarrollos que hemos lanzado en este ámbito, pero seguimos investigando en este campo para adelantarnos a la demanda del mercado, de nuestros clientes y del consumidor.

VF. Volviendo a su gestión, después de estos meses, ¿ha introducido cambios en la forma de dirigir la compañía? ¿En qué sentido?

JB. Después de casi nueve meses, los cambios en la forma de dirigir están sobre todo relacionados con mi personalidad y mi manera de ver y entender las cosas. También hemos introducido algunos cambios en la estructura y forma de trabajar de algún departamento en concreto, siempre con el objetivo de mejorar, pero en general, no se trata de grandes cambios.

Cuando el rumbo de un barco es el adecuado, y en mi opinión este es el caso de Citrosol, es mejor no variarlo demasiado. Esto no quita que, si en el futuro tenemos que hacer cambios para aprovechar mejor nuestras oportunidades, lo haremos. Pero, por el momento, no es necesario.

VF. Sigue contando con la colaboración de Benito Orihuel,

"En Citrosol llevamos muchos años trabajando con tratamientos alternativos o 'sin residuos' y nos vamos adaptando a las nuevas restricciones"

"Hace años que manejamos el término 'postcosecha de precisión' y tenemos en cuenta las variabilidades de tratamiento que hay en la confección en un almacén"

"Benito Orihuel ahora colabora fundamentalmente en proyectos de I+D+i y en marketing y comunicación. He aprendido muchas cosas de él durante todo este tiempo"



La innovación de Citrosol ha sido reconocida por prestigiosos premios.

anterior, CEO, ¿qué es lo más importante que ha aprendido de él?

JB. Efectivamente, Benito continúa trabajando con nosotros, como Postharvest Advisor de manera parcial. Colabora fundamentalmente en proyectos de I+D+i y en marketing y comunicación.

He aprendido muchas cosas de él durante todo este tiempo, pero creo que lo más valoro ha sido su visión para distinguir dónde estaban realmente los retos y oportunidades que nos ha ido ofreciendo el sector en cada momento, impulsando proyectos para poder llevar al mercado las soluciones más adecuadas y que aportan mayor valor a nuestros

clientes. También su capacidad para formar un gran equipo de profesionales que nos ha permitido alcanzar las cotas en las que se encuentra Citrosol hoy en día. Somos más de cien personas en la actualidad.

VF. ¿En qué línea va a trabajar especialmente con respecto al catálogo de Citrosol?

JB. Tenemos varias líneas y todas las líneas son importantes. No debemos descuidar ninguna. En todo caso sí que hay algunas líneas que estamos potenciando más.

Ante la demanda de productos que no estén tratados con fungicidas de síntesis, los llamados "residuo cero", seguimos dedi-

cando especial atención a nuestros tratamientos alternativos. Actualmente no existe una legislación que los regule y es por lo que decidimos desarrollar la línea de producto certificado como insumo para agricultura ecológica, Biocare by Citrosol, que he explicado anteriormente, para dar respuesta a esta necesidad.

También continuamos trabajando en el desarrollo de nuevos recubrimientos. Esta es una línea que hemos potenciado durante los últimos años y vamos a seguir haciéndolo. Prueba de ello es que en los últimos años hemos lanzado al mercado los recubrimientos Plantseal a base de extractos vegetales; los recubrimientos CIC, que minimizan los síntomas de daños por frío, o nuestra Sunseal, cera de baja temperatura de secado, ideal para envíos a destinos lejanos.

Por último, destacar que seguimos desarrollando nuevos sistemas de aplicación e implantando mejoras en los que ya tenemos, con el objetivo de optimizar la aplicación de nuestros productos. Todos estos sistemas están enmarcados dentro del concepto "postcosecha de precisión" que antes he explicado, y que por tanto suponen una mejora en los resultados de nuestros clientes.

VF. En las últimas semanas se ha hablado mucho del cold treatment, ¿dispone Citrosol de productos para evitar los daños por frío?

JB. Realmente hemos mejorado mucho el tema de daños por frío con recubrimientos como los Plantseal y, sobre todo, con los CIC, con los que obtenemos resultados excelentes a la hora de que la fruta resista mejor las cuarentenas, que pueda enviarse a destinos lejanos... Al final, el daño por frío es un binomio tiempo/temperatura y la fruta resiste hasta un límite, límites muy variables, por otra parte, según el tipo de fruta, no tiene nada que ver un pomelo con una manzana, por ejemplo. Traspasado ese límite en cada producto, la fruta se mancha o se escalda...

VF. Aunque siempre se relaciona Citrosol y cítricos, lo cierto es que disponen de tratamientos para otras frutas. ¿Podría indicar algunos ejemplos?

JB. Por ejemplo, desarrollamos en su día una línea para hortalizas (pimiento, tomate). El sistema Citrocede se utiliza para inactivar los microorganismos patógenos de la superficie de esta hortalizas y ayuda a rebajar mucho los niveles de podrido. También hemos ido desarrollado una línea para frutas tropicales (recubrimientos, desinfección de superficies...). Y seguimos trabajando.

VF. Entonces, ¿están ensayando con algún otro cultivo?

JB. Seguimos trabajando en peras y manzanas, aunque es complicado. Y en frutas tropicales ahora estamos sobre todo con mango y aguacate, pero nos han surgido proyectos con otras frutas tropicales. Esperamos que se estabilice la situación tras la pandemia para poder continuar en esas líneas.

VF. ¿Cuánto tiempo puede llevar desarrollar un producto y obtener la pertinente autorización?

JB. Aunque depende, un producto nuevo de tratamiento pue-

(Pasa a la página siguiente)

“En Citrosol..”

(Viene de la página anterior)

de tardar entre uno y dos años en desarrollarse. Luego el registro puede tardar hasta cinco o seis años más. Al final pueden ser siete u ocho años, en el mejor de los casos, para un producto lanzado en España teniendo en cuenta que la normativa europea es la más exigente a nivel mundial.

VF. ¿Tienen alguna previsión de cuáles son las materias activas que se van a ir prohibiendo?

JB. Ahora mismo en Citrosol nos hemos quedado con un catálogo que incluye materias activas que no está previsto que dejen de estar autorizadas en el corto o medio plazo. No hay que olvidar que, más allá de las materias activas, la higiene y desinfección son fundamentales para el cuidado de la fruta. De hecho, la desinfección de las centrales contribuye a la eficacia del resto de tratamientos.

VF. Siguen investigando constantemente, hay nuevos productos cada año, su expansión internacional es imparable... ¿qué importancia se le da en Citrosol a la comunicación para que el mercado conozca las novedades y reconozca los valores de la marca más teniendo en cuenta su posición de liderazgo?

JB. Yo creo que en este ámbito hemos ido incrementando progresivamente nuestra presencia en los medios tanto nacionales como internacionales. También nos movemos muchos en redes sociales y en formatos digitales como webinars con los que hemos llegado a muchos países en los que nuestros productos tienen una gran penetración (Perú, Sudáfrica, Egipto, Argentina...). También publicamos nuestros descubrimientos en publicaciones científicas internacionales... Todo contribuye a informar y consolidar nuestro prestigio.

Para Citrosol la comunicación es fundamental.

VF. ¿Ha afectado la crisis de contenedores a la exportación de productos Citrosol?

JB. Nosotros estamos intentando programar con mucha antelación los envíos. Es una forma de evitar problemas y conseguir precios más asequibles. Estamos trabajando con previsión y anticipación y así estamos consiguiendo sortear el problema. Ya no son solo retrasos o mayores costes, también el problema con las materias primas, donde el riesgo es la posible escasez.

VF. Otro de los aspectos importantes en la gestión de una compañía de estas dimensiones son los recursos humanos, ¿cómo se vive el cambio de posición de ser compañero a director? ¿Qué es lo que valora especialmente del equipo de Citrosol?

JB. Esto es algo en lo que estoy completamente de acuerdo, los recursos humanos son clave para una empresa como la nuestra y es algo que tratamos de cuidar al máximo. Hemos pasado de ser unos 50 trabajadores a más de 100 en los últimos 12 años. Evidentemente, nuestra labor para atraer y gestionar talento es fundamental para nosotros.

El cambio de compañero a director es algo que ya he vivido en etapas anteriores conforme he ido asumiendo cargos de mayor responsabilidad en la empresa,



Según Bretó, a pesar de toda la historia y el posicionamiento de Citrosol, “todavía tenemos mucho camino por recorrer”.

aunque es evidente que no al nivel de ahora. Trato de llevarlo con la mayor naturalidad posible y es evidente que la relación cambia en el sentido profesional, pero trato de que no cambie a nivel personal.

Como he comentado antes tenemos un gran equipo, implicado y comprometido con el desarrollo de los objetivos de la empresa y con el que me siento realmente satisfecho, pero, además, debo decir que en general son personas con una gran calidad humana, lo cual considero que es muy importante para el buen funcionamiento de la empresa.

VF. ¿Qué plus aporta Citrosol a sus clientes?

JB. Somos una empresa muy orientada al cliente, damos mucho soporte técnico, instalamos nuestros propios sistemas de aplicación, desarrollados para cada tipo de producto, así conseguimos que los clientes obtengan un buen resultado. Mejoran los resultados de sus envíos, la calidad de la fruta en destino tiene menos problemas... todo eso es mucho dinero. Y siempre estamos ahí ante cualquier problema que pueda tener un cliente. Al cliente se le da una recomendación completa. Asesoramiento y acompañamiento continuos.

“Hemos ido incrementando progresivamente nuestra presencia en los medios tanto nacionales como internacionales. También nos movemos mucho en redes sociales y en formatos digitales como webinars. Para Citrosol la comunicación es fundamental”

“Los recursos humanos son clave para una empresa como la nuestra y es algo que tratamos de cuidar al máximo. Hemos pasado de ser unos 50 trabajadores a más de 100 en los últimos 12 años. Atraer y gestionar talento es fundamental para nosotros”

“Somos una empresa orientada al cliente, damos soporte técnico, instalamos nuestros sistemas de aplicación, desarrollados para cada producto, así conseguimos que los clientes obtengan un buen resultado”

“Uno de nuestros retos destacados es continuar internacionalizándonos con éxito, acoplándonos al entorno cultural de cada mercado y a los requisitos de potenciales clientes... manteniendo nuestros valores y nuestra capacidad de servicio al cliente”

VF. ¿Qué retos se marca a corto plazo?

JB. Uno de nuestros retos destacados es continuar internacionalizándonos con éxito, acoplándonos al entorno cultural de cada mercado y a los requisitos de potenciales clientes. El reto es hacerlo manteniendo nuestros valores y nuestra capacidad de servicio al cliente que, en definitiva, son los que nos hacen crecer de un modo sostenible.

También estamos desarrollando nuevos mercados para nuestros tratamientos postcosecha, mercados que consideramos “océanos azules” (nuevos mercados sin explotar, pero maduros para el crecimiento), donde resolvemos problemáticas en productos hortofrutícolas como tomates, pimientos e IV gama (procesado de hortalizas y frutas frescas limpias, troceadas y envasadas para su consumo) para los que nunca se habían desarrollado tratamientos postcosecha con éxito, y frutos tropicales, como mango y aguacate. Nuestra idea es seguir por este camino y dar nuevas soluciones a frutos objetivo que las requieran, dando siempre soporte a nuestros clientes para ayudarles a reducir las mermas en destino y en definitiva a reducir también las pérdidas y el desperdicio alimentario.

VF. ¿Y para dentro de cinco años? ¿Dónde y cómo le gustaría ver la compañía?

JB. Nosotros aspiramos a ser referente mundial en tratamientos postcosecha de frutas y hortalizas. En mi opinión, ya lo somos en el caso de los cítricos, pero también podemos serlo en otros cultivos. Sería un poco presuntuoso decir que es algo que vamos a conseguir en cinco años, pero siempre podemos seguir subiendo peldaños e incrementar el reconocimiento que tenemos actualmente. Poco a poco hemos ido incrementando nuestro catálogo en otros mercados, como es el caso de algunas hortalizas como antes comentaba, o el de frutas tropicales. Este último es un mercado en continuo crecimiento, en el que llevamos varios años aportando nuevas soluciones. Y todavía tenemos mucho camino por recorrer.



Un momento de la entrevista en las oficinas de Citrosol en Potries (Valencia).