

Fresón Berries

valencia
fruits
Suplementos
Marzo 2022



RAFAEL DOMÍNGUEZ / Gerente de Freshuelva

“El principal problema es la subida desmesurada de los costes”

El sector de los frutos rojos se acerca al momento álgido de una campaña marcada por un fuerte incremento de los costes de producción y comercialización. Rafael Domínguez confirma que los gastos se han incrementado de media un 30% y esta situación genera serias dudas sobre la rentabilidad de la campaña. Hasta el momento los precios se han movido en valores óptimos, pero habrá que ver cómo responden los mercados cuando se incremente el volumen disponible para comercializar.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan para esta campaña de frutos rojos?

Rafael Domínguez. Las hectáreas plantadas para esta campaña no varían mucho respecto a las cifras registradas en el ejercicio precedente. La superficie de frutos rojos se mantiene estable en la provincia de Huelva con un total de 11.740 hectáreas. La superficie plantada de fresa asciende a 6.167 hectáreas. El segundo berry es el arándano con 3.532 ha, y le siguen la frambuesa con 2.070 ha y la mora con 139 ha. Por lo tanto, las previsiones de producción no varían respecto al ejercicio precedente y calculamos que estaremos rondando las 280.000 toneladas de fresa.

VF. Con estas previsiones, ¿cómo se ha desarrollado la campaña hasta febrero?

RD. En los primeros meses hemos sufrido una reducción respecto a las previsiones, que en algunos momentos ha llegado al 30%, debido a que diciembre ha sido un mes frío y con poca luz. Esto ha provocado que al mercado llegase menos fresa. En diciembre y enero hemos estado por debajo de las cifras obtenidas en temporadas precedentes. La frambuesa no ha resultado tan afectada por esta climatología.

Actualmente, a mediados de febrero, llevamos comercializado un 10% del volumen total de fresa previsto y en frambuesa se ha gestionado un 25%, ya que la temporada arrancó en octubre. En arándano nos situamos en un 2% porque este año hemos contado con variedades tempranas, y se ha comenzado a recolectar en enero, cuando lo tradicional hasta ahora era empezar en marzo. La campaña de mora también se encuentra en un estado muy incipiente y se ha comercializado un 1% de la cosecha prevista.

En cuanto a la evolución de precios, en fresa es similar a la campaña pasada. En los momen-



Rafael Domínguez analiza las perspectivas de la campaña de frutos rojos de la provincia de Huelva. / FRESHUELVA

tos con poca producción, diciembre y enero, los valores han sido más elevados que otros años, pero en febrero las cotizaciones han vuelto a los niveles de otros ejercicios.

Un aspecto a destacar es que la calidad de la fruta está siendo excepcional porque no hemos tenido lluvias, lo que ha favorecido que no haya enfermedades, y la fresa llegue a todos los mercados en muy buenas condiciones. Además, la demanda de fresa y frambuesa está siendo óptima en todos los mercados. Y en España, en los últimos años, el consumo de frambuesa y arándano está en crecimiento porque son productos que se conocen cada vez más.

VF. ¿Qué perspectivas manejan para el resto de la campaña?

RD. Marzo y abril son los meses más fuertes en la producción

“En el caso concreto de la frambuesa, el producto marroquí ha inundado los mercados en octubre, noviembre y diciembre y ha provocado que los precios de las producciones de Huelva no hayan sido óptimos”

“Respetamos las producciones procedentes de los países terceros pero exigimos reciprocidad a la hora de acceder al mercado de la Unión Europea para poder competir en igualdad de condiciones”

de fresa, y el periodo de máxima producción de berries. Esperamos que la climatología nos respete y podamos obtener unos resultados similares a los registrados en la campaña pasada.

En este sentido, también tenemos que contar con el efecto de la competencia en los destinos de comercialización. Si las producciones de los competidores europeos como Francia, Italia

o Alemania se retrasan, como ocurrió el año pasado, tendremos mayor hueco en el mercado.

VF. Respecto a la competencia, ¿está creciendo la procedente de países terceros?

RD. La competencia de países terceros nos está haciendo bastante daño en un producto como la frambuesa. En el caso concreto de este berry, el producto marroquí ha inundado los mercados en octubre, noviembre y diciembre y ha provocado que los precios de la frambuesa de Huelva no hayan sido óptimos. Evidentemente nuestros costes son muy superiores a los suyos y, lógicamente, en una ‘guerra’ de precios salimos perdiendo. Para mantener la rentabilidad estamos tratando de distinguirnos en embalaje y variedades para poder hacer frente a la competencia extra-comunitaria.

En este sentido, respetamos las producciones de los países terceros pero exigimos reciprocidad a la hora de acceder al mercado de la Unión Europea. Es decir, los productores europeos cumplimos unas normas que deberían exigirse también a los países terceros para competir en igualdad de condiciones.

VF. El año pasado se abrieron el mercado de Brasil para el arándano y Canadá para la fresa. ¿Qué perspectivas se tienen para este ejercicio en estos destinos?

RD. A Brasil el año pasado prácticamente no se pudo exportar nada debido a la situación complicada de la pandemia. Esperamos que este ejercicio se puedan realizar envíos de arándano de prueba. En cuanto a la fresa, la empresa que realizó el envío a Canadá en 2021 ha confirmado que los resultados son buenos, y este año esperamos poder continuar mandando mayor volumen de producto a este mercado.

VF. ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el sector de los frutos rojos onubenses?

RD. Uno de ellos, que ya se ha comentado, es la competencia de países terceros. La política verde europea se aplica a los productos comunitarios pero no a los productores de fuera de la Unión Europea. Y esto genera un problema al no poder competir en igualdad de condiciones.

G 50 Años Vistiendo la Fruta
ERVISAN/SA.
Artes Gráficas

Pol. Ind. Masía de Juez • Calle Els Moliners, 12 • 46900 TORRENT, Valencia
comercial@embalajesgervisan.com • www.embalajesgervisan.com

Tel.: +34 96 155 00 21

• CUBRE cajas Polietileno • Flow pack • Cubre cajas OPP con adhesivo • Forros - Cubrefondos.

Cubres para todo tipo de Cajas de Fresas. CONSÚLTENOS
TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE.





La fresa presenta esta campaña una calidad excepcional debido a la ausencia de lluvias. / ARCHIVO

Y actualmente la principal preocupación, que afecta a todo el agro español, es la subida desmesurada de los costes. Por ejemplo, el incremento del precio del gasoil ha provocado un importante aumento de los gastos de transporte para exportar los berries. La electricidad, los abonos o los fitosanitarios son otros *inputs* cuyos precios se han disparado. Los costes están, como mínimo, un 30% por encima de los registrados el año pasado.

VF. *Ante este fuerte incremento de costes, ¿la campaña puede ser rentable?*

RD. Las cuentas habrá que realizarlas al final de la temporada. Hasta ahora los precios son adecuados pero habrá que ver los resultados cuando llegue el punto fuerte de la campaña. Tenemos dudas de que se puedan conseguir precios justos para todos los eslabones de la cadena cuando el ejercicio alcance su momento álgido en cuanto a volumen de producción.

La clave está en que la subida de costes pueda repercutirse en el precio de venta del producto para garantizar la rentabilidad de los productores y comercializadores.

VF. *¿La escasez de recursos hídricos está marcando el desarrollo del sector de los berries?*

RD. En este sentido seguimos demandando las infraestructuras necesarias para poder contar con el riego superficial que necesita el sector. Indudablemente, este problema está marcando el desarrollo de la producción de berries, hasta tal punto que en muchos casos los cultivos se están emplazando en las zonas de

Huelva más cercanas a Portugal, donde hay más posibilidades de contar con agua superficial.

Lo que estamos pidiendo es que se realicen las infraestructuras necesarias para que el agua llegue a toda la provincia. Que se desarrolle un trasvase que se aprobó por ley en el año 2018 de la demarcación hidrográfica del Tinto-Odiel-Piedras a la del Guadalquivir y al Condado de Huelva. Unas infraestructuras que al final pagan las comunidades de

“Seguimos demandando las infraestructuras necesarias para poder contar con el riego superficial que necesita el sector de los berries. Que se desarrolle un trasvase que se aprobó por ley en el año 2018”

regantes que repercuten a los comuneros los costes derivados de las estructuras, de la conducción del agua hacia la finca y del consumo. Este es uno de los motivos

por los que el sector se manifestará el 4 de marzo.

VF. *El Parlamento Andaluz ha dado luz ver a la posibilidad de que se regulen explotaciones*

agrarias en el entorno de Doñana. ¿Cómo afectaría esta regulación al sector de la fresa?

RD. Hay que señalar que no supondría un incremento de la superficie cultivada. Se está hablando de corregir una alegalidad provocada por una normativa. Se trata de regular la ordenación de una serie de parcelas que se habían quedado en un limbo jurídico.

No obstante, al margen de esta posible regulación, para nosotros lo verdaderamente importante es que se realicen las infraestructuras necesarias para desarrollar el trasvase que traería agua a Huelva y al sector de los berries.

VF. *En la próxima edición de Fruit Attraction la fresa será el producto estrella. ¿Tienen previsto realizar algo especial para esta ocasión?*

RD. Nos hemos reunido ya con la nueva directora María José Sánchez y está estudiando que posibilidades tenemos para realizar algún evento especial en la edición de 2022 y qué propuesta sería la más adecuada para encajarla en la estructura de la feria. Vamos a trabajar este tema con la nueva directora y el equipo de Fruit Attraction.

VF. *¿En qué líneas está trabajando el sector de los berries de cara al futuro?*

RD. Fundamentalmente en el sector estamos trabajando el tema de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La meta es que las empresas, en la medida de sus posibilidades, vayan cumpliendo los objetivos seleccionados para poder cumplir la agenda 2030.

BERRYWAY & BERRYSCAN

● ● ● ●

Sistemas automáticos de calibrado y clasificación de arándano.

- Máxima conservación del bloom.
- Sistema de transición más suave con el fruto del mercado.
- Máxima precisión en el análisis de calidad del fruto.

in YouTube rodasale@mafroda.es

OUR INNOVATION, YOUR EFFICIENCY

TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

www.maf-roda.com

Valencia Fruits / Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 / 46005 Valencia Spain / Tel 963 525 301 / www.valenciafruits.com / E-mail info@valenciafruits.com



Por octava campaña consecutiva, Fortuna (de la Universidad de Florida) continúa siendo la variedad mayoritariamente cultivada en Huelva. / EMCO CAL

Fortuna y Rociera lideran la presente campaña fresera onubense

Los programas de la Universidad de Florida y de Fresas Nuevos Materiales S.A. continúan destacando sobre los demás y suman algo más de un 53,5 por ciento del total de las plantas en producción en la provincia de Huelva

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La superficie en producción en 2022, según Freshuelva, ha presentado un mínimo ascenso de un 1% en relación a 2021. El Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible estimó en 6.700 hectáreas la superficie cultivada la campaña pasada por lo que con ese ascenso del 1% confirmado por Freshuelva, la cifra de este año es de alrededor 6.770 ha.

Por octava campaña consecutiva, Fortuna (de la Universidad de Florida) continúa siendo la variedad mayoritariamente cultivada; este año con un 31,1%, un 4,5% menos que la pasada campaña, y un 5,1% menos que la 2019-2020.

La variedad de Fresas Nuevos Materiales S.A., Rociera, se mantiene como segunda variedad con un 16,5%. Rociera también muestra un descenso en su representatividad si comparamos este valor con el 20,9% y el 25,6%, de la campaña pasada y la anterior, respectivamente.

Las otras dos variedades tradicionales de este programa, Primoris y Rabida, presentan también un descenso en su uso por parte de los productores; así en el caso de Primoris, esta campaña tiene una representación del 0,9% frente al 1,3% del año pasado y el 2,3% del anterior. Rabida, por su parte, está con un 2,2% de presencia, mientras en 2020/2021 tenía un 4,4%, valor inferior al 6,1% registrado



La variedad Fortuna tiene una presencia del 31,1% en el total de hectáreas plantadas. / EMCO CAL

en la campaña precedente. Fresas Nuevos Materiales S.A. han presentado una nueva variedad, Marisma, que en su primer año de presencia comercial, aparece con un 1,7% de representación.

Por su parte, las variedades exclusivas de Plant Sciences (entre las que destaca Inspired) constituyen la tercera represen-

El incremento de empresas de mejora genética interesadas en desarrollar variedades adaptadas a Huelva es realidad; como también lo es el hecho de que cada una de ellas participa con un mayor número de variedades registradas o en vías de registro

La elección de la variedad a plantar continúa siendo uno de los aspectos más importantes

tación varietal esta campaña, igual que el año pasado; en este año con un 9% de presencia y en el pasado con un 9,8%. Victory, la otra variedad importante de este programa, y que hasta no hace mucho tiempo estuvo también incluida en el grupo de variedades exclusivas, ha presentado este año un aumento importante en relación al año pasado; este año representa el 5,2%, mientras en el anterior suponía el 2,4%.

Respecto a la variedad, Calinda, del programa de Fresh Forward Inc, esta vuelve a elevar ligeramente su presencia, igual que lo hacía también al año pasado. En la actualidad este valor es del 6,2%; en la pasada campaña fue de 5,4% y del 4,9% en 2019-2020.

Por otra parte, y tal como se constata en las últimas campañas, continua el aumento en la representación de la variedad Palmerita de Masiá Ciscar S.A., que pasa de un 5% el año pasado a un 6,1% en este; ya en la campaña 2019/2020 tenía un 3,4% de presencia. Además de Palmerita, la variedad Leticia, de este mismo programa, va adquiriendo más protagonismo en este abanico varietal con el que cuenta el sector fresero onubense. Leticia en la pasada campaña alcanzaba un 1,2% de presencia mientras en esta ha subido hasta el 2,8%.

Cabe destacar el aumento del número de variedades que en esta campaña se encuentran entre el 1,5-10% de presencia. En las dos campañas pasadas se contaban 5 variedades en este grupo; en esta campaña el número sube hasta 9. En este grupo cabe destacar dos variedades, Marimbella y Limavalnera.

Marimbella, del programa italiano de Nova Siri Genetics S.R.L., estuvo presente en la campaña pasada con un porcentaje menor al 1%; sin embargo, esta campaña este valor ha subido hasta el 3%. Y Limavalnera del programa de Limgroup B.V., también tuvo presencia la pasada campaña con valores en torno al 1%. Este año el valor presencial ha aumentado, aunque no tanto como en el caso de la variedad italiana; así, Limavalnera muestra en la actualidad un 1,6%.

■ LOS DIFERENTES PROGRAMAS

Los programas de la Universidad de Florida y de Fresas Nuevos Materiales S.A. continúan, una campaña más, destacando sobre los demás; el primero de ellos está basado casi por completo en la variedad Fortuna y tiene una presencia del 31,1% (37,4% en la pasada campaña y 36,7% en la anterior); y el segundo, un 22,4%, frente a un 27,9% de la campaña 2020-2021 y a un 34,5% de la 2019-2020. Los dos programas suman algo más de un 53,5% del total de las plantas en producción esta campaña en Huelva.

A continuación de los dos primeros aparece el programa de Plant Sciences con un 17,1%. Este programa continua creciendo, habiendo ya pasado del 12,5% de presencia hace dos años al 14,5% la campaña pasada.

Del resto de programas, con representación más baja que



La superficie en producción en 2022 es de alrededor 6.770 hectáreas. / NR

los anteriores, destacan Masiá Ciscar S.A., que alcanza el 9,8% actualmente (tuvo un 5,9% en 2019/2020 y un 7,0% en 2020/2021), Fresh Forward Inc, con 6,9%, frente al 5,7% del año pasado y el 4,9% de hace dos años, y Nova Siri Genetics S.R.L., que llega este año al 4,9% desde un 2,9% del pasado.

Destaca este año el ligero aumento de los programas de Planasa y de Limgroup B.V.; ambos están en el 1,8% y 1,6%, de presencia, respectivamente.

Por último, hay que señalar la presencia de otros programas menos importantes a día de hoy, pero que quizás en un futuro más o menos adquieran mayor protagonismo: Innofrut S.L., Consorzio Italiano Vivaisti, Geoplant Vivai, y Berries del Oeste S.L.

MEJORA GENÉTICA

El incremento de empresas de mejora genética interesadas en desarrollar variedades adaptadas a Huelva continua siendo una realidad; como también lo es el hecho de que cada una de ellas participa con un mayor número de variedades registradas o en vías de registro. Esta situación permite un continuo enriquecimiento de la ya amplia propuesta varietal existente, permitiendo a las empresas del sector diseñar un calendario de producción acorde con sus necesidades comerciales.

La elección de la variedad a plantar cada campaña continúa siendo uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en el cultivo de la fresa. La búsqueda de la composición varietal más

interesante, más ventajosa y, si es posible más singular y propia, es un objetivo perseguido por los productores, especialmente por los más importantes; ello conlleva una tendencia a modificar el escenario productivo de una campaña a otra.

Sin embargo, a pesar del importante catálogo existente, la realidad muestra que las dos variedades más cultivadas ocupan una parte importante del total, aunque este predominio se ha ido debilitado en los últimos años. En la campaña 2018-2019 la suma de las dos variedades más importantes suponía el 75,4% del total de las plantas en producción; en la siguiente, 2019-2020, el 61,8%; en la pasada, 2020-2021, el 56,7%, y en la actual este valor no alcanza al 50%, quedándose en el 47,5%.

En un análisis un poco más detallado se observa que del total de las 11 variedades representadas en la campaña 2019-2020, 4 de ellas estaban entre el 1-1,5%; mientras que dentro de ese mismo intervalo en 2020-2021 hubo 9 de 16 y en la actual campaña 2021-2022 hay 6 de 17. Por otra parte, en el intervalo 1,5-10%, en las dos campañas pasadas hubo 5 variedades, y en esta campaña el número sube hasta 9. Este cambio observado en los últimos años pone de manifiesto un cada vez mayor uso de variedades con baja representatividad, que invitan a pensar en una búsqueda de nuevas candidatas que renueven a las variedades que actualmente son usadas de forma mayoritaria; que, como se ha afirmado anteriormente, van perdiendo representatividad.



Estimación de la Distribución Varietal en el Cultivo de Fresa en Huelva. Campaña 2021/2022

3.- Participación de los diferentes programas.

La Figura 2 muestra la distribución porcentual de plantas de fresa, cultivadas en Huelva, pertenecientes a los programas de mejora genética con mayor presencia en la provincia en la presente campaña 2021-2022.

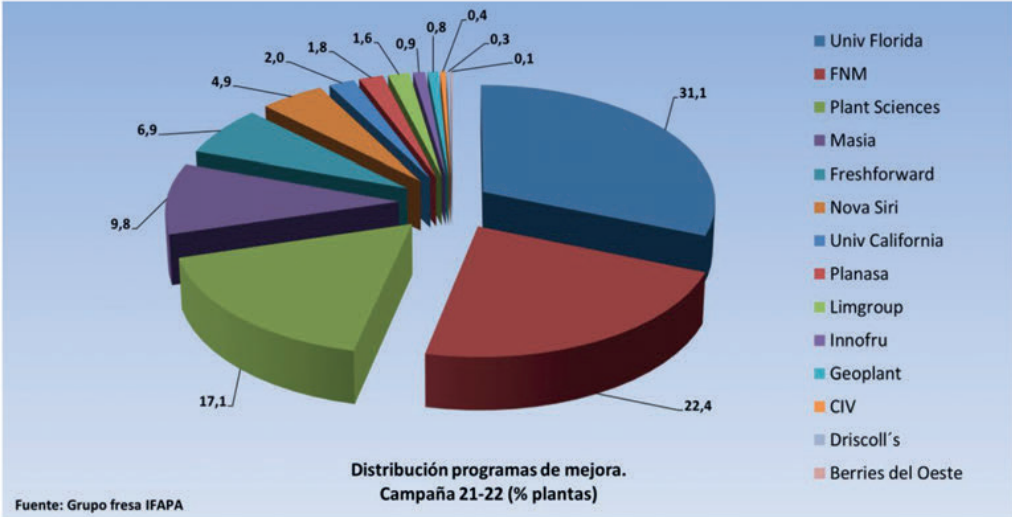


Figura 2. Representación de los programas de mejora con influencia en Huelva (% de planta).



Estimación de la Distribución Varietal en el Cultivo de Fresa en Huelva. Campaña 2021/2022

2.- Distribución de variedades durante la campaña 2021/2022.

La Figura 1 muestra los porcentajes de planta de cada una de las variedades de fresa cultivadas en Huelva durante la campaña 2021-2022.

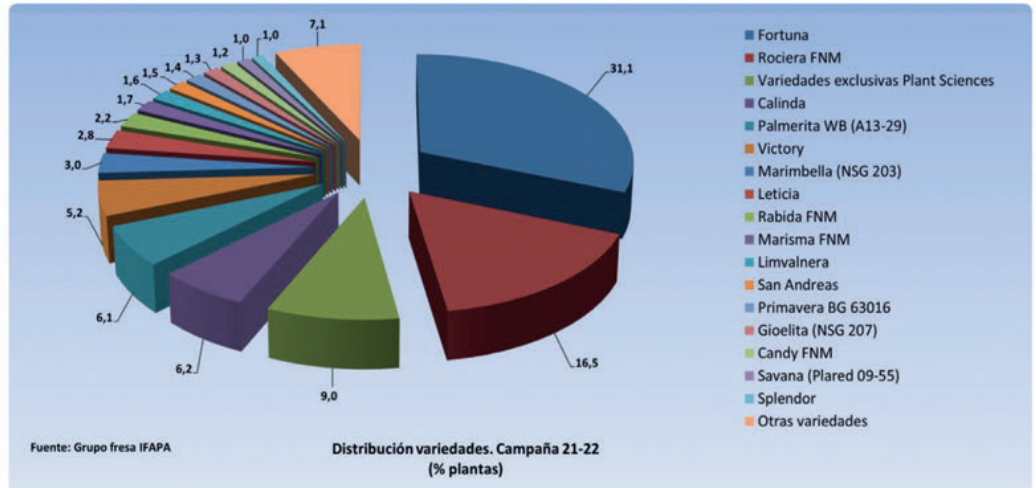


Figura 1. Distribución varietal (% de plantas) durante la campaña 2021-2022.



7º CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS

Huelva
22/23 junio
2022

Organiza:



Visítanos en la Feria
Hall: 18
Stand: B-11



Presentación del Congreso
en Fruit Logística 2022

Martes, 5 de abril. 16.00 horas.
Media Center. Pabellón 6.3. Sala A.

El 7º Congreso Internacional de Frutos Rojos reunirá al sector de los berries

En 2022 se recuperan las fechas habituales: se celebrará del 22 al 23 de junio en la Casa Colón de Huelva

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La séptima edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos, organizado por la Asociación Onubense de Productores y Exportadores de Fresa, Freshuelva, se celebrará los días 22 y 23 de junio en la recién remodelada Casa Colón de Huelva, que acogerá el evento nacional más importante que se celebra en torno a los berries en su vuelta a su fecha habitual de celebración en el mes de junio.

Tras un año 2020 en que la pandemia obligó a la suspensión definitiva del 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos, y un 2021 en el que la celebración se trasladó finalmente al mes de septiembre, el comité organizador ha considerado que en este año 2022 se dan las circunstancias para que la séptima edición sea la de la vuelta a su celebración en la fecha más propicia, el mes de junio.

Tras el éxito de la pasada edición, la organización ha confiado en que se den las circunstancias que permitan volver a las cifras de exposición, participación y asistencia de las ediciones anteriores a la pandemia, en que se llegaron a alcanzar los 1.300 congresistas, que ahora podrán disfrutar de una renovada Casa Colón a disposición del Congreso gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Huelva. El comité organizador señala que se garantizará



Imagen de la sexta edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos celebrada en Huelva. / CIFR

la seguridad de todos los asistentes, tal y como se hizo en la pasada edición.

El 7º Congreso Internacional de los Frutos Rojos volverá a contar con la Fundación Caja Rural del Sur como patrocinador principal exclusivo, en una muestra más de apoyo incondicional y de apuesta decidida por

este evento y a su sector de los frutos rojos en el epicentro de la agricultura internacional.

El comité organizador del 7º Congreso Internacional de Frutos Rojos trabaja ya en el diseño y preparación del programa técnico del evento que, entre otros temas, abordará aspectos de sumo interés para el sector

de los berries como las nuevas posibilidades de los mercados internacionales para los frutos rojos, la apuesta decidida por la sostenibilidad y la promoción de sus cualidades saludables, así como los principales proyectos innovadores que se están llevando a cabo y que marcarán el futuro del sector.

De la misma forma, se ha abierto ya el plazo para la reserva de los stands y espacios expositivos, mientras que las inscripciones para los visitantes al congreso estarán activadas próximamente para poder formalizarlas a través de la página web: www.congresofrutos-rojos.com.

Berries: hidroponía para avanzar en sostenibilidad

Este sistema permite ahorrar agua y fertilizantes, y abre la posibilidad de producir durante más meses al año

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En aras de la sostenibilidad, el sector de los berries está avanzando en convertir la producción tradicional por la hidroponía como una forma de ahorrar y reducir el uso de agua y fertilizantes. Pretenden también, disminuir el problema existente con la falta de productos autorizados para la desinfección de los suelos.

Cabe destacar que esta desinfección es una tarea imprescindible para que los cultivos de frutos rojos se desarrollen bajo unas condiciones óptimas. Por este motivo, el sector productor y comercializador de berries agrupado en Freshuelva ven la posibilidad de que la hidroponía, método utilizado para cultivar plantas usando disoluciones minerales en vez de suelo agrícola, se extienda en los cultivos de frutos rojos. Además, según afirman desde la asociación onubense, adoptar este método de cultivo sería beneficioso por diferentes factores, ya que los productos autorizados para la eliminación

de diferentes patógenos en el suelo son cada vez menos, dificultando y perjudicando a los cultivos.

La autorización de los productos necesarios para la desinfección de suelos se considera imprescindible para mantener la evolución positiva de las explotaciones de berries, según trasladaron el presidente y el gerente de Freshuelva, Alberto Garrocho y Rafael Domínguez, a representantes del Ministerio de Agricultura y de la Junta de Andalucía que visitaron Huelva el pasado mes de noviembre para conocer la situación *in situ*. En concreto visitaron la zona el director general de Sanidad de la Producción Agraria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Valentín Almansa, y el director general de la Producción Agrícola de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, Manuel Gómez.

El sector de Huelva está apostando, sobre todo en el cultivo de la fresa, por avanzar

en sostenibilidad a través de la transformación de la producción tradicional en hidroponía, lo que supondría ahorro de agua, de fertilizantes, así como una mayor posibilidad de producir durante más meses en el año, lo que conllevaría también mayor capacidad de empleo. La hidroponía no usa directamente el suelo agrícola; es un método de cultivo que usa disoluciones minerales en vez de suelo agrícola. Las raíces reciben una solución nutritiva y equilibrada disuelta en agua con los elementos químicos esenciales para el desarrollo de las plantas, que pueden crecer en una solución acuosa únicamente, o bien en un medio inerte, como arena lavada, grava o perlita, entre muchas otras.

No obstante, para llevar a cabo esta transformación que supone una importante inversión en infraestructuras, es necesario contar con incentivos de las administraciones, como ocurre en otros sectores y en otros países, según Freshuelva, asociación integrada en Fepex.



El cultivo hidropónico es una alternativa de producción sostenible. / ARCHIVO

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Italia inició su temporada fresera en el mes de diciembre con la recolección de las variedades más tempranas. Es en las regiones de Basilicata y Campania donde se concentra la mitad de la producción total de fresa, con una tendencia al alza. Precisamente, en el avance de la superficie de cultivo de la temporada 2021-2022, Basilicata confirmaba una superficie de 1.162 hectáreas, 164 ha más que en la pasada campaña (998 hectáreas). Por su parte, Emilia Romagna y Véneto, las dos regiones más norteñas, también son zonas freseras aunque su producción está registrando un importante descenso en los últimos años.

Por el momento, en las zonas de cultivo, el clima está siendo favorable, con días suaves y mayormente soleados, y a nivel comercial la demanda y los precios de venta también son excelentes. Sin embargo, los operadores temen que este aumento de la oferta italiana, junto con la presión que pueda ejercer España, las operaciones comerciales y especialmente los precios se resienten en los meses de marzo a junio.

Desde el CSO, su directora, Elisa Macchi comenta que el aumento del consumo de fresas y los precios alcanzados en Italia durante 2021, son factores muy positivos de cara a la presente campaña. Sobre el consumo, según el informe realizado por el Centro Servizi Ortofrutticoli (CSO Italy), durante el pasado año aumentó un 4%, alcanzando la cifra de más de 93.000 toneladas, tras un 2020 con ventas por debajo de la media de los tres años anteriores. Basándose en los datos de GfK, también se evidencia un aumento del 5% en el precio medio, que alcanzó los 4,20 euros/kg, llegando a niveles nunca antes alcanzados.

Macchi explica que en Italia "la fresa es una especie que se caracteriza por su consumo estacional. Más del 90% de las cantidades totales que se compran cada año se concentran en el periodo de marzo a junio. En esta ventana comercial, en 2021, se vendieron 84 mil toneladas de producto. Se trata de una cantidad un 8% superior a la de 2020, aunque en línea con la media del trienio 2016-2019".

En cuanto a los precios, la directora del CSO apunta que "las cotizaciones medias fueron de 4,09 euros/kg (+5%), el valor más alto en comparación con las series históricas de que disponemos".

El informe del CSO también muestra un aumento de la cantidad de productos envasados en comparación con los productos a granel. Las mercancías de peso obligatorio representaron en 2021 el 65% de los volúmenes.

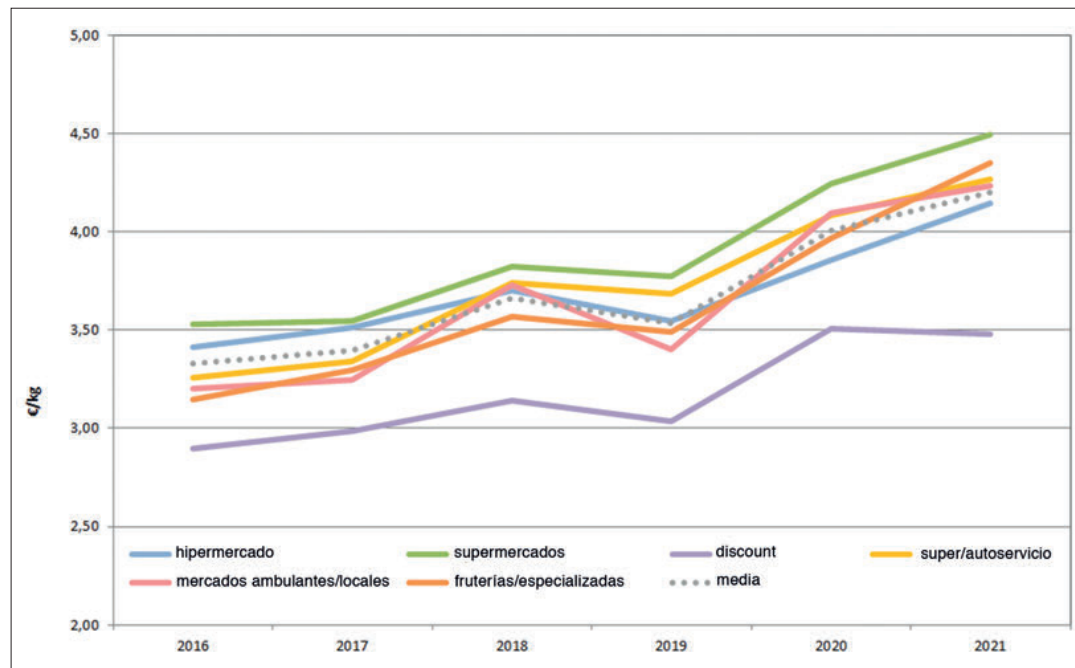
En cuanto al análisis de los canales de venta, destaca el auge de la gran distribución, que representó el 79% de los volúmenes vendidos (en 2020 era el 77%). En términos absolutos, esto supone más de 73 mil toneladas de fresas compradas, de las cuales el 45% fue en supermercados (42 mil toneladas), el 21% en tiendas de descuento (algo menos de 20 mil toneladas), el 10% en hipermercados y el 2% en supermercados. En cuanto a los canales tradicionales, las fruterías representaron el 9% de los volúmenes, al igual que los mercados ambulantes y locales.

En cambio, el aumento de los precios afectó a casi todos los ca-



El aumento de consumo y precio en 2021 da esperanza a la campaña 2022 de fresa en Italia

La gran superficie sigue siendo el principal canal con el 79% de volumen de ventas que suponen 73.000 toneladas



Italia, fresas: precio medio de compra por canal comercial (€/KG) / FUENTE: ELABORACIÓN DE CSO ITALIA SOBRE DATOS DE GfK.

Hasta el momento, la demanda y los precios de venta están siendo excelentes

nales: los hipermercados subieron un 7%, con un precio medio de 4,14 euros/kg; los supermercados experimentaron un aumento del 6% (4,49 euros/kg); los supermercados ofrecieron precios en torno a los 4,27 euros/kg (+5%), mientras que las tiendas de descuento mostraron signos de contracción, con una caída de un punto porcentual, hasta los 3,47 euros/kg. Por último, los vendedores ambulantes y los mercados locales ofrecieron precios medios de 4,23 euros/kg (+3%) y las fruterías de 4,35 euros/kg (+10%).

En términos geográficos, el 36% de las fresas se compraron en el noroeste, el 23% en el noreste, el 23% en el centro + Cerdeña y el 18% en el sur + Sicilia. La clasificación es diferente si se considera el índice de penetración en 2021: el 84% de los hogares del noreste compraron fresas frescas al menos una vez, el 79% en el noroeste, el 74% en el centro + Cerdeña y el 61% en el sur + Sicilia.

Por otro lado, no hubo diferencias en cuanto a los precios: el aumento afectó a toda Italia, con variaciones que van desde el +3% en el sur + Sicilia hasta el +8% en el centro + Cerdeña.

El informe concluye con un análisis de los productos ecológicos. En 2021, el segmento bio protagonizó un buen crecimiento. Los volúmenes superaron las 8 mil toneladas (+34%), lo que corresponde al 8,6% del total de fresas vendidas en los últimos 12 meses, frente a un aumento del 6% en los precios, para una media de 4,60 euros/kg. También aumentó en un punto porcentual el índice de penetración: en 2021, el 12% de las familias italianas compraron fresas ecológicas al menos una vez, mientras que en 2016 fue el 9% del total.

INFIA®



Infia Ibérica CENTRAL
Polígono S.P.I. 2, Parcela 5
Tel. 961 465 227
Fax. 961 465 152
infia@infia.es
46530 PUZOL - Valencia

Infia Ibérica ALMERÍA
Pol. La Redonda - Calle Bremen nº 4
Tel. 950 581 330
Fax. 950 581 140
almeria@infia.es
04700 EL EJIDO - Almería

Infia Ibérica HUELVA
Pol. Ind. San Jorge, Parcelas 113-119
Tel. 959 350 030
Fax. 959 530 171
huelva@infia.es
21810 PALOS DE LA FRONTERA - Huelva

www.infia.es

VICENTE Y AIDA ESCANDELL / Gerente y comercial de Frutas Escandell

“El cliente valora nuestra continuidad y regularidad de oferta en fresón”

Con estas palabras Vicente Escandell, gerente de Frutas Escandell, ilustra dos de los valores reconocidos por sus cliente en cuanto a fresón. El gerente y Aida Escandell, comercial de la firma, comentan en esta entrevista otros aspectos como, por ejemplo, la trayectoria de esta compañía en fresón y berries, las demandas del consumidor y cliente, y las tendencias de cultivo.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.
Valencia Fruits. Más de 30 años trabajando fresón...

Vicente Escandell. Así es. Nuestra línea de negocio en fresón es fruto, entre otros aspectos, de más de 30 años de trabajar codo con codo con nuestros productores ya directamente desde el campo para seleccionar el fresón ideal en cada momento de la campaña para así poder ofertar en el mercado el tipo de producto demandado. Esa trayectoria se traduce en muestra de calidad, confianza y reputación. El contacto y trato directo con

el agricultor nos proporciona información de primera mano que podemos trasladar a nuestro cliente.

VF. Siguiendo con su cliente, ¿qué prestaciones piden al fresón?

Aida Escandell. Las peticiones de nuestros clientes, tanto del mercado interior como exportador, son reflejo de la demanda del consumidor. Hablamos de alta consistencia y fortaleza —características muy bien valoradas en especial por los clientes de exportación para que la fruta viaje y llegue en óptimas condiciones—, con buen calibre y con

excelente color y, obviamente, sabor. Estas características son aplicables también para el resto de familia de berries.

VF. ¿Bajo qué marcas comercializa fresón y berries?

AE. Más que marcas son nuestros *partners* en esta familia de producto. Con Naturfresa, No&Ca y Fresdiamante presentamos fresón durante todo el año, con mayor concentración de oferta entre los meses de diciembre a junio. Para cubrir los doce meses del año contamos con fresón de diferentes orígenes del territorio nacional. El cliente valora nues-



Vicente Escandell, gerente de Frutas Escandell. / 00

“Más de 30 años de trayectoria se traducen en calidad, confianza y reputación en fresón”

tra continuidad y regularidad de oferta en fresón.

VF. Bajo su dilatada trayectoria en fresón, ¿cuál es la tendencia de cultivo?

VE. Los productores apuestan por diversificación de variedades con una clara tendencia hacia aquellas que se adaptan a las condiciones de cultivo del terreno y cumplan las expectativas comerciales, es decir, la demanda

el consumidor y, en la medida de lo posible, diferenciarse en el momento de campaña, aunque en los últimos años la elección de la variedad a plantar es compleja.

VF. Solo mercado interior...

VE. No. El conjunto del mercado interior es importante en la comercialización de fresón. Pero es relevante destacar que en los últimos años también hemos incrementado, de forma progresiva y constante, nuestro porcentaje de exportación desde nuestras paradas situadas en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, hub alimentario del sur de Europa, donde durante estos primeros meses del año el fresón ocupa un lugar relevante.

El arándano sigue creciendo a nivel mundial en producción y consumo

La superficie mundial plantada de arándano supera las 205.000 hectáreas y la previsión es que siga creciendo, según un reciente informe elaborado por Rabobank

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

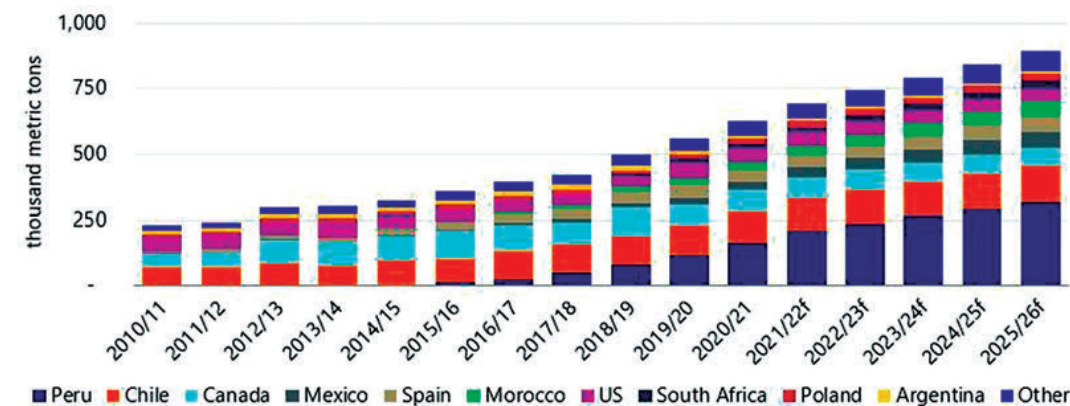
El informe “Consistent Quality is the New Blue” de Rabobank analiza el sector del arándano a nivel mundial, confirmando la expansión de las exportaciones de arándanos frescos de forma constante durante los próximos años, a medida que las regiones productoras sigan diversificándose en todo el mundo.

Según este informe, las empresas se ven obligadas a ser más productivas y eficientes y a ofrecer constantemente fruta de alta calidad. Las variedades mejoradas también desempeñarán un papel cada vez más importante en todas las regiones productoras.

La superficie mundial plantada de arándanos superó las 205.000 hectáreas en 2020, y se espera que la producción siga creciendo firmemente en los próximos años. La mayor parte de la superficie plantada sigue concentrada en América, pero la región de Asia-Pacífico se está expandiendo rápidamente.

América del Norte, la cuna de la industria del arándano, sigue siendo una región relevante para este cultivo, pero las cuotas de producción están cambiando, con América del Sur expandiéndose rápidamente, y también se están desarrollando nuevas regiones de cultivo en Europa, África y Asia, según detalla el informe elaborado.

David Magaa, analista de productos frescos de Rabobank asegura que “las exportaciones mundiales en 2025/26 alcanzarán la cifra de 900.000 toneladas, con más del 70% procedente de los cinco principales países ex-



Datos de las exportaciones de arándanos frescos por país de origen desde la temporada 2010-11 hasta las estimaciones previstas para la temporada 2025-26. / FUENTE: RABOBANK

portadores: Perú, Chile, Canadá, México y España/Marruecos”.

Desde la temporada 2019/20, Perú se ha convertido en el mayor exportador mundial de arándanos frescos, desplazando a Chile en segundo lugar. Estos dos países tienen la ventaja de tener acceso libre de aranceles a China, Europa y EEUU, esto hace que estén bien posicionados para beneficiarse de la expansión de la demanda mundial.

Los principales países productores suman éxitos en cifras de exportación y se inicia un proceso de tecnificación y profesionalización para rentabilizar al máximo la producción de arándano. La meta es abastecer la demanda global e introducirse en los nuevos mercados emergentes como China, India o Emiratos Árabes.

CONSUMO

El arándano se ha convertido en la berry de moda por excelencia. En los últimos cinco años,



Perú se ha convertido en el mayor exportador mundial de arándanos. / ARCHIVO

su consumo ha crecido exponencialmente en todo el mundo. Según revela el informe de Rabobank, Estados Unidos y Canadá continúan absorbiendo el mayor volumen de arándanos, pero Europa es ahora la zona de mayor crecimiento de la demanda. Asimismo, China lidera el consumo de arándanos en Asia gracias al crecimiento de su oferta local e importada.

El arándano es antiinflamatorio, previene enfermedades cancerígenas, tiene propiedades regenerativas, ayuda a luchar contra la diabetes, favorece la presencia del colesterol bueno, reduce la presión arterial, mejora la vista y la memoria, ayuda a reducir grasa...

Por todo esto y más, este fruto de color morado se ha convertido en la berry más demandada y

consumida alrededor del mundo. Norteamérica es el mayor productor y consumidor de arándano, alcanzando las 446.000 toneladas consumidas al año. Le sigue Europa con 135.400 toneladas y Asia Pacífico con 69.000 toneladas, según los últimos datos de International Blueberry Organization (IBO). En Argentina, gracias a las campañas realizadas con este objetivo, se ha incrementado un 250% la demanda y el consumo del arándano. En Europa se estima que el consumo del arándano se incrementará en un 7% cada año durante los 5 próximos años. El arándano también se ha convertido en el fruto más demandado en países como China, donde el consumo de fruta ha aumentado un 140%, siendo el arándano la fruta con mayor demanda después de la cereza.

MEJORAS EN EL CULTIVO

Las variedades de arándano mejoradas van a desempeñar un papel fundamental en todas las regiones productoras. A medida que el mercado se vuelve más competitivo y los consumidores más exigentes, el informe de Rabobank señala que la calidad constante será vital para aprovechar las oportunidades de crecimiento. Sobre este aspecto, David Magaa señala que “los programas de mejora están desarrollando nuevas variedades adaptadas a diferentes requisitos de frío, centrándose en el sabor, la firmeza y la vida comercial para atraer a más consumidores y minoristas. Los productores pueden beneficiarse de una mayor eficiencia de los insumos, mejores rendimientos y el potencial de la cosecha mecanizada”.

Así, el arándano se perfila como el fruto rojo más rentable. Cada vez más, los productores tienen mayor acceso a oportunidades de tecnificación y profesionalización de sus cultivos, obteniendo mayor rentabilidad y mejor calidad en las variedades de arándanos producidas, factores que marcan cada vez más la diferencia competitiva.



La campaña de fresa en Grecia se ha retrasado por las heladas. / ARCHIVO

El frío condiciona la campaña en Grecia

► FROUTONEA. GRECIA.

El volumen actual (mediados de febrero) de cosecha de fresas de los invernaderos de Manolada está por debajo de lo normal, y las fresas afectadas por las heladas seguirán en primer plano hasta finales de febrero.

Estamos en la segunda semana de febrero, un momento que no es fácil para el sector de la fresa griega, ya que soporta y parece que seguirá soportando durante varios días más los signos de las heladas provocadas por la ola de mal tiempo llamada "Elpida".

La repercusión en la producción no es uniforme, sino que varía según el momento de plantación y las variedades. Así, los invernaderos que se plantaron a finales de noviembre se vieron sorprendidos en una fase más vulnerable por las heladas y, por tanto, vieron caer su productividad hasta un 30%. El impacto negativo en las variedades Victoria y Camarosa fue también más intenso, siendo esta última la que mostró el deterioro más pronunciado hasta el momento también cualitativamente. En cambio, Fortuna, que es la variedad más temprana, ha sido la menos afectada.

En general, la campaña se ha retrasado y se han perdido varios días de comercialización, mientras que el precio medio al productor se sitúa actualmente en 2,5 euros por kilo, con la variedad Victoria muy por encima.

Los efectos de las heladas en la calidad de la fruta hasta ahora se habrán desvanecido por completo cuando llegue marzo, pero la baja productividad de las plantas seguirá siendo pronunciada hasta entonces. Esta situación no es del agrado de los productores griegos, que ven cómo sus competidores españoles se benefician de las condiciones meteorológicas de Huelva y aumentan la velocidad de su cosecha.

Sin embargo, hay otro peligro al acecho. Los productores de Manolada afirman que es posible que, a finales de marzo o principios de abril, cuando las plantas estarán en su fase más productiva, comiencen a producir también el volumen de fruta que no produjeron anteriormente a causa de las heladas.

Si este escenario se cumple, surge otra pregunta: ¿Habrá suficientes trabajadores para cosechar las fresas? A su vez, esto plantea la última y más crucial pregunta: ¿Podrán estas fresas ser absorbidas por el mercado y a un precio satisfactorio?

► GÍA. ALMERÍA.

Ejido Cartón es la firma almeriense especialista en la fabricación y comercialización de packaging de cartón presentes en el sector desde hace décadas.

Su director de Desarrollo de Negocio, Serafín Mateo apunta que como fabricantes, desde su departamento de I+D, desarrollan distintas opciones en base a su flexibilidad y capacidad para ofrecer la solución adecuada ante cualquier circunstancia del mercado. "Desde Ejido Cartón ofrecemos cientos de modelos y nos caracterizamos por nuestra gran flexibilidad a la hora de desarrollar nuevas opciones que respondan a la necesidad de cada cliente, que son muy diversas ya que se hayan distribuidas a lo largo de una veintena de países".

En su portfolio, la firma almeriense cuenta con una amplia variedad de modelos y formatos que dan respuesta a las demandas de un mercado en constante evolución y fijada en busca de una mayor sostenibilidad y respeto medioambiental. En este punto, Serafín Mateo explica que "toda la gama de Ejido Cartón está basada en fibra vegetal, materia prima renovable". Precisamente el origen vegetal de la materia prima otorga las cualidades de reciclabilidad, circularidad, sostenibilidad y compostabilidad, "los requisitos que hoy día busca el sector de frutas y hortalizas", señala Serafín Mateo.

Esto es así debido a que en la apuesta por mantener la vía



Serafín Mateo, director de Desarrollo de Negocio de Ejido Cartón. / ARCHIVO

de la sostenibilidad continúan muy presentes el rechazo de plástico, circularidad, huella de carbono... "parámetros que significan sostenibilidad y que

están presentes en la política empresarial de Ejido Cartón", precisa Mateo.

En el packing para fresón y berries que ofrece Ejido cartón



En el packing para fresón y berries que ofrece Ejido cartón a sus clientes destacan los formatos híbridos, compuestos por una base de cartón y una tapadera de R-PET, material elaborado con plástico ya reciclado y que tiene la ventaja de volver a reciclarse. / EJIDO CARTÓN

a sus clientes destacan los formatos híbridos, compuestos por una base de cartón y una tapadera de R-PET, material elaborado con plástico ya reciclado y que tiene la ventaja de volver a reciclarse. Dentro de esta gama destacan dos familias: envases termosellados y barquetas con tapadera independiente, que facilita el reciclado.

"En berries, el uso de envases sostenibles tiene una mayor dificultad ya que necesitan un plus de visibilidad para que funcionen en el punto de venta. Ante esto, la forma óptima y sostenible de mantener esta visibilidad es con una tapadera exenta, es decir, que va separada del envase con el objetivo de poder reciclarla, de R-PET", explica Serafín Mateo, a lo que añade que "este material R-PET está funcionando adecuadamente en términos de sostenibilidad, con un correcto circuito de recogida".

■ CAMPAÑA BERRIES Y FRESÓN

En lo que respecta al desarrollo del presente ejercicio de berries y fresón, este se encuentra marcado por incertidumbre en los aprovisionamientos, por lo que la gestión debe ser la protagonista debido a la situación de la cadena de suministros de materiales. "Todo está muy convulso y eso obliga a gestionar muy bien las necesidades. Es por eso que el consejo a los clientes es que trabajen en un escenario en el que planifiquen con la mayor antelación posible", concluye Mateo.



naturfresa



ESCANDELL

Frutas Escandell, s.a.
Mercabarna
Tel. +34 93 335 31 91
Fax +34 93 335 02 74
info@frutasescandell.com
www.frutasescandell.com



NO&CA

sabor

frescor

salud

vida

la mejor
selección
de variedades de
fresón y berries





oscarortega.biz

JORDI SÁNCHEZ / Responsable comercial de berries de Fruits Ràfols

“Para conseguir calidad máxima, los volúmenes tienen que ser pequeños”

Jordi Sánchez, responsable comercial de berries de Fruits Ràfols, explica el proyecto de la marca *Fragaria* iniciado en 2018 con un solo producto, el fresón, para luego ir ampliando la marca a otros berries como arándanos, moras, frambuesas y grosellas. Sánchez también comenta el logro de haber conseguido el prestigioso Premio Sabor del Año 2022 por segundo año consecutivo y con mayor puntuación, un 9,11 en satisfacción general frente al 9,02 que alcanzó en 2021.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Es el segundo año consecutivo Premio Sabor del Año para el fresón de Huelva de su marca *Fragaria*, y con mejor nota aún por parte de los consumidores que en 2021. ¿Qué supone para Fruits Ràfols?

Jordi Sánchez. Para nosotros lograr el Premio Sabor del Año de nuevo, ser puntuados de esta forma tan elevada por los consumidores, es un reconocimiento, un alago. Estamos muy orgullosos. Quiere decir que estamos haciendo un trabajo serio, que estamos en buena tendencia, que las ventas siguen subiendo y que conseguimos un producto de calidad. Lo dicen los consumidores con ese premio, pero también nos lo dicen los clientes, que están muy satisfechos. Perseguimos lo más importante, el sabor. Quiere decir que tenemos constancia. Y para nosotros es muy importante mantener la filosofía de la marca.

VF. Apoyan a su productor de Huelva para lograr un fresón único, de gran calidad, color y sabor. ¿Cómo se consigue? ¿Cuál es el secreto?

JS. El secreto es cuidar al máximo el cultivo en todo su proceso, usar las técnicas de plantación idóneas, coger la fresa en el punto de maduración óptima sin forzar la fruta,



Jordi Sánchez con Carlos Jiménez, director comercial de Fruits Ràfols. / O. ORTEGA

no forzar las ventas y mantener los kilos correctos para dar máxima calidad. Confiamos en el productor, con el que mantenemos una estrecha relación. Se cultiva bajos la normativa de Producción Integrada de la Junta de Andalucía (agricultura sostenible). Se realizan controles diarios, se utiliza el riego a demanda y los fresones se re-

colectan uno a uno directamente desde el campo, y allí mismo se colocan en la caja que llega al consumidor. Somos exigentes porque el fresón tiene que tener sabor cada día de la campaña.

VF. Ya son 4 años de la marca *Fragaria*. ¿Cómo ha evolucionado la marca de berries?

JS. Iniciamos *Fragaria* con el fresón y con un único produc-

“Somos exigentes porque el fresón tiene que tener sabor cada día de la campaña”

“Invertimos en investigar cómo crecen nuevas variedades de las distintas berries”

tor. El primer año de *Fragaria* fue una apuesta muy fuerte, las ventas ya acompañaron, y eso que para conseguir la calidad que buscábamos se necesitaba invertir mucho. El segundo año la gente ya conocía la marca y empezaron a apostar por ella. El tercer año la marca tuvo mucha repercusión, más demanda, e iniciamos la exportación a ciertos países de Europa, ya que aguanta muy bien. El cuarto año, el 2021, el Premio Sabor del Año se notó mucho y la marca se ha consolidado. Es una marca competitiva y demandada.

La previsión de este año es aumentar las ventas en un 20%, alcanzando los 250.000 kg, en esta campaña hasta en mayo, y creemos que seguirá creciendo.

Aunque la producción es muy limitada, dadas las dimensiones y el control máximo del producto, *Fragaria* se distribuye por todo el territorio nacional y se exporta a algunos países como Francia, Italia y Bulgaria.

En 2019 empezamos un poco con otras berries y aún estamos completando nuestro proyecto. Es diferente que el fresón, porque trabajamos con distintos productores y es complicado tener la calidad que buscamos los doce meses para arándanos, moras, frambuesas y grosellas.

VF. ¿Qué se les pide a los productores en el resto de berries *Fragaria*?

JS. Se les exige calidad, fruta consistente, crujiente, fresca... producto Premium. Y que tenga una vida útil que nos permita que llegue a la tienda en condiciones óptimas.

Cada productor sabe cómo tiene que cuidar su cultivo respetando la planta, sin forzar para obtener más. Al productor le damos bastante libertad, hacemos previsión de kilos semanales y cuidamos la comunicación diaria, que es muy cercana, con cinco o seis contactos diarios.

Para conseguir calidad máxima, los volúmenes tienen que ser pequeños. Y siempre estamos invirtiendo en nuevos terrenos y campos de ensayos para investigar cómo crecen nuevas variedades de las distintas berries.

Para ser los mejores, hay que buscar siempre la mejor calidad y trabajamos con un producto muy perecedero y delicado. Nos tenemos que superar día a día.

Los cinco beneficios de los frutos rojos para la salud

► FRUITS RÀFOLS.

Les llaman frutos rojos, frutos del bosque o berries: fresas, arándanos, frambuesas, grosellas, moras... Su popularidad y venta ha crecido mucho en los últimos años, no solo por sus propiedades nutritivas y saludables, sino también por su sabor y su facilidad de consumo. Algunos expertos en nutrición y endocrinología destacan los berries entre los diez mejores alimentos para la salud y la longevidad, respaldados por numerosos estudios científicos, y recomiendan su consumo regular.

■ **Ricos en fibra, antioxidantes y antiinflamatorios**
La fibra ayuda a regular la digestión y evitar el estreñimiento. Las fresas, por ejemplo, aportan una gran cantidad de agua al organismo, y ayudan a evitar la retención de líquidos. Los flavonoides, compuestos bioactivos presentes en los frutos rojos, contienen una alta concentración de antioxidantes. Los antioxidantes combaten los radicales libres responsables de la degeneración celular y, por tanto, el envejecimiento de la piel. También favorecen la visión.

■ Benefician la salud cardiovascular y ayudan a prevenir el cáncer

Los frutos rojos o berries ayudan a prevenir enfermedades del corazón y oncológicas. Sus compuestos como las antocianinas y otros polifenoles se relacionan con la contribución a la reducción del riesgo de cáncer y de enfermedades cardiovasculares por sus efectos antioxidantes y antiinflamatorios. Los flavonoides ayudan a proteger las paredes vasculares, su efecto antioxidante favorece el sistema circulatorio y el sistema vascular. Fortalecen los vasos sanguíneos y por eso son eficaces contra las varices o las hemorroides. También ayudan a combatir el colesterol llamado “malo” y a aumentar el “bueno”, y mejoran la circulación sanguínea. Y ayudan a prevenir las infecciones urinarias, sobre todo los arándanos.

■ Mejoran la memoria

Tienen propiedades neuroprotectoras. Los frutos rojos tienen una incidencia favorable en los procesos cognitivos, ayudándonos a mejorar la memoria. De

hecho, algunos investigadores señalan que también pueden incidir en mejorar el estado de ánimo. Ayudan a prevenir el Alzheimer, controlar el estrés, y retrasar el envejecimiento.

■ Alto contenido de vitaminas

Por ejemplo, las fresas y las frambuesas son ricas en vitamina C y B, los arándanos en C, y las moras en C y E, además contener minerales importantes como el potasio, el calcio, el hierro o el fósforo. También tienen efectos prebióticos: sirven como alimento para la microbiota intestinal. Las vitaminas conllevan beneficios antioxidantes, ayudan a prevenir el cáncer y neutralizan los diferentes efectos negativos de los radicales libres.

■ Bajos en calorías

Por último, los frutos rojos aportan una gran cantidad de agua al organismo, por lo que ayudan a eliminar los líquidos y ayudan a aliviar la retención de líquidos. Otro de sus beneficios es que colaboran en la regulación del nivel de azúcar en sangre.



■ ARÁNDANOS

- Ricos en antioxidantes
- Saludables para el corazón
- Revitalizan la memoria
- Previenen infecciones
- Mejoran la salud ocular



■ GROSELLAS

- Diuréticas
- Ricas en vitaminas y minerales
- Contienen mucha fibra
- Mejoran el tránsito intestinal
- Antioxidantes



■ FRAMBUESAS

- Ricas en ácido fólico (ideal para embarazadas)
- Mejoran los síntomas de alergia
- Ricas en antioxidantes
- Ayudan a controlar la diabetes



■ MORAS

- Fortalecen el sistema inmunitario
- Mejoran la salud cardiovascular
- Previenen el envejecimiento
- Protegen la visión y la piel



■ FRESAS

- Fortalecen los huesos
- Efecto antiinflamatorio
- + vitamina C que las naranjas
- Refuerzan las defensas
- Son depurativas

Cómo mejorar la vida útil del arándano con tecnologías postcosecha

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los estudios realizados en el Centro Tecnológico Adesva sobre la mejora de la vida útil del arándano ya están dando sus primeros frutos. De las cuatro tecnologías seleccionadas al inicio del proyecto, en enero de 2020, dos de ellas han permitido almacenar este fruto manteniendo su calidad durante más tiempo.

Al hablar de la calidad del arándano, en Adesva se refieren a la evaluación de ciertos parámetros físicos que pueden ser positivos como la firmeza, la apariencia interna, la presencia de pruina, etc., o negativos como el nivel de deshidratación o el grado de pudrición. Además existen parámetros químicos, entre los que destacan los compuestos bioactivos, que se están estudiando en el bloque de metabolómica de la Universidad de Huelva.

Una de las tecnologías empleadas, que está basada en la liberación de pulsos eléctricos, ha permitido ralentizar la aparición de moho en los frutos almacenados, mientras que otra de ellas, que proporciona una atmósfera modificada, evita la deshidratación manteniendo intactas la firmeza y la apariencia, tanto externa como interna, del fruto. Ambas han resultado



El objetivo ahora es elevar el estudio hasta escala real. / ADESVA

ser muy efectivas durante todo el periodo de estudio (42 días). Esto no implica que se pueda garantizar la conservación del fruto durante todo ese tiempo debido a que es necesario contemplar todos los parámetros analizados para poder llegar a una situación de equilibrio, incluidos los relacionados con el bloque de metabolómica que aún se encuentran en análisis, aunque desde Adesva adelantan que si se observan notables diferencias al emplear las tecnologías seleccionadas en comparación con los lotes control.

El principal objetivo de este proyecto consiste en elevar el estudio hasta escala real, permitiendo llevar a las casas de los consumidores unos frutos con la máxima calidad organoléptica y nutricional. Las dos tecnologías mencionadas (o tal vez la combinación de ambas) serían buenas candidatas para cubrir este fin y están siendo probadas en cooperativas en esta campaña. Este proyecto está financiado por la Junta de Andalucía a través de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (Unión Europea).



Imagen de la visita de María José Sánchez a Huelva. / FRESHUELVA

La fresa será protagonista en Fruit Attraction

La fresa será el producto estrella de la próxima edición de la feria

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La fresa será el producto estrella de la próxima edición de Fruit Attraction que, organizada por Ifema Madrid y Fepex, se celebrará entre los próximos 4 y 6 de octubre. Así lo anunció la nueva directora de Fruit Attraction, María José Sánchez, durante una visita a la provincia de Huelva en la que, de la mano de la Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa de Huelva, Freshuelva, miembro del comité organizador de la feria desde su primera edición, conoció con detalle el proceso de producción y comercialización de frutos rojos, en los que la provincia onubense es líder a nivel europeo.

Sánchez, junto a la gerente comercial de la feria, María Martínez de Velasco, visitó la cooperativa moguerense Cuna de Platero, en la que conoció de primera mano la tecnología más avanzada aplicada a los

procesos productivos y comercializadores, acompañadas por el gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez.

En este sentido, María José Sánchez afirmó que "Fruit Attraction 2022 volverá a mostrar a la comunidad profesional internacional la fortaleza de España como país proveedor irremplazable. Trabajamos por ofrecer el mejor instrumento para seguir liderando y ampliando mercados".

Por su parte, Rafael Domínguez, que agradeció la presencia en la provincia de la máxima responsable de la feria y su apuesta por la fresa en la próxima edición, le trasladó los avances en los trabajos de cara al 7º Congreso Internacional de Frutos Rojos, evento del que la feria es sponsor desde su primera edición y que este año volverá a su fecha de celebración habitual de junio en la ciudad de Huelva.

Una fresa blanca con sabor a piña

De la mano de la firma Masiá Ciscar, España cuenta con su primera producción de esta particular fresa

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La fresa albina o Pineberry si bien puede considerarse una novedad en la oferta fresera, lo cierto es que se trata de una fruta ancestral de los bosques sudamericanos, en concreto, de Chile.

Sorprende su color blanco, consecuencia de la deficiencia de una proteína que impide que adquiera el color rojo característico de las fresas. Su parte exterior es de color rosado tenue y en su interior, un blanco radiante. Además del color, también sorprende su sabor exótico, una mezcla entre fresa y piña

que se intensifica cuanto más madura es la fruta, y por eso su apodo de Pineberry.

La fresa blanca es el resultado de un cruce casual entre dos variedades americanas: Fragaria virginiana y Fragaria chiloensis. Cuando su cultivo estaba a punto de perderse, unos agricultores holandeses introdujeron este híbrido de fresa, denominado Fragaria (fresa) x ananassa (piña), para no acabar con esta fruta.

En Europa, Holanda es el país donde más se cultivan y es muy demandada en países como Japón, donde es conocida como

shiroi houseki (joya blanca). Su precio explica este apelativo, ya que una docena de estas fresas blancas, que miden entre 15 y 23 milímetros, puede valer hasta 60 euros. Además de Japón, esta fresa albina se puede comprar en Estados Unidos o Francia.

■ DISPONIBLE EN ESPAÑA

De la mano de la firma Masiá Ciscar, España también ha comenzado a cultivar esta particular fresa. En la localidad onubense de Lepe esta firma productora y comercializadora de fresa y berries ha destinado media hectárea para



La fresa blanca sorprende por su color y por su exótico sabor. / SBP ORG

realizar una primera prueba en la que ha plantado la variedad Florida Pearl, propiedad de la casa obtentora americana Ekland Marketing Co. (EMCO CAL).

La fresa albina de Masiá Ciscar por el momento se comercia-

liza en los mercados nacionales y su proyección futura en términos de producción dependerá de los rendimientos comerciales que se obtengan durante esta campaña, según confirman los responsables de la empresa.



- Personalizables a todo color
- Plastificado interior
- Tapa plástica
- Cierres especiales
- Celulosa termosellable



EJIDO CARTÓN®
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico. Ecological packaging specialized.

Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN
T: +34 950 580 712 · M: comercial@ejidocarton.com

