



Presentación del robot en Berlín. / RF

PackMaster Citrus, el nuevo robot de encajado para cítricos

Esta nueva versión pronto trabajará también con fruta redonda

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Maf Roda Agrobotic, la multinacional francesa de maquinaria postcosecha, presenta un nuevo robot de encajado automático de cítricos con fruta orientada, el PackMaster Citrus. Este nuevo robot consigue automatizar un proceso que hasta la fecha solo se podía realizar con mano de obra, ayudando así a solventar una de las mayores preocupaciones del sector hoy en día, la escasez de esta.

El PackMaster Citrus está compuesto por brazos robotizados que apoyados por cúpula de visión crean un mosaico con la fruta orientada que posteriormente introduce en la caja correspondiente. Este mosaico se puede adaptar a las necesidades del cliente, lo que ofrece una gran flexibilidad. Esta nueva versión de robot de confección trabaja con fruta plana, como la clementina Nadorcott u Orri, aunque se prevé que pronto pueda trabajar también con fruta redonda.

La compañía creó el departamento de robótica hace años con el objetivo de desarrollar productos con la última tecnología del mercado. Desde que apostara por la robótica y comenzara a trabajar en proyectos de I+D en esta área, ha lanzado al mercado varios robots de confección para una gran variedad de frutas como la manzana, el melocotón y la nectarina, los aguacates, etc. En su catálogo de productos podemos encontrar varios robots de confección como el PackMaster Kiwi K1, el FastPack Peach o el LinePack 4R. Estos robots se integran 100% con el resto de productos de la compañía como sus calibradores y sistemas de calidad.

Otra novedad de la compañía en el ámbito de la eficiencia va enfocada a los sistemas de optimización de productividad de los almacenes y su logística. Con sistemas como los AGVs que optimizan el trasiego de mercancía por el almacén y ofrecen a su vez una solución a la escasez de mano de obra que sufre el sector a nivel internacional.

Automatizar procesos y ofrecer soluciones llave en mano es el objetivo de Maf Roda que da un paso más con los robots de confección.

JAVIER MONZONÍS / Manager Técnico-Comercial en Citrosol

“Se prevé un final de campaña adelantado y hay que contar con la fruta de países terceros”

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está viendo la campaña desde Citrosol?

Javier Monzonís. Esta campaña está siendo bastante fluctuante desde el inicio, empezó de manera muy lenta por las condiciones climáticas: las altas temperaturas de septiembre y octubre no favorecieron el buen desarrollo del fruto y se fue retrasando la recolección para obtener fruta de buena calidad. De todas formas, ya se preveía en los aforos que habría menor producción. Tras el descenso de las temperaturas y con los parámetros de calidad adecuados se fueron adelantando los periodos de recolección habituales de cada variedad, debido precisamente a este descenso en la producción, y así hemos llegado a este momento con una menor actividad por los precios de campo y la repercusión que tiene en la venta en el cliente.

VF. ¿Consideran que, como apuntaban desde las primeras previsiones, ha sido una campaña más corta?

JM. Por supuesto, además se prevé un final de campaña bastante adelantado y debemos tener en cuenta la entrada de fruta de otros países que se ha solapado con la nuestra. La situación actual en Rusia ha perjudicado a países terceros que tenían un gran mercado en esa zona y que han derivado su producción a la zona de Europa donde tradicionalmente exporta España.



Monzonís explica que la campaña se caracteriza por fluctuaciones. / CITROSOL

VF. ¿Han podido apreciar algún cambio de tendencia en la demanda del sector desde el convencional hacia lo ecológico o la proporción se mantiene estable?

JM. Esta tendencia ya hace campañas que tiende al alza, los consumidores quieren una mayor oferta de producto ecológico o sin tratamiento de fungicidas de síntesis, fungicidas. Para ello tenemos la línea Biocare by Citrosol. El cliente conoce las características de este tipo de tratamientos y actúa de una manera muy consecuente para ofrecer la mejor calidad.

VF. Estamos en la primera campaña de Cítricos tras la adquisición de Fomesa Fruitech y Brogdex Ibérica, ¿qué tal la experiencia con el catálogo ampliado?

JM. La experiencia no puede ser más positiva ya que, a nuestra completa gama de soluciones postcosecha, le hemos podido implementar las diferentes herramientas de Fomesa Fruitech y todo su know-how de muchísimos años en el sector. Un ejemplo claro de esto es la gama de soluciones fumígenas Fruit-Fog®, que permite proteger la fruta almacenada en cámara y/o como tratamiento de desinfección aérea de cámaras y locales vacíos o volver al mercado de la fruta de pepita en el que, de forma conjunta, estamos seguros de poder aportar nuevas soluciones a la estrategia postcosecha de manzanas y peras.

VF. ¿Cómo se han integrado los equipos?

JM. Toda integración conlleva dificultades intrínsecas, pero estamos muy satisfechos de cómo se está llevando a cabo. La buena actitud por parte de todos los actores implicados está haciendo que esta tarea sea más sencilla. También ayuda el hecho de que ambas empresas teníamos muchas cosas en común en nuestra forma de trabajar: poner el foco en ofrecer el mejor servicio técnico posible al cliente es parte del ADN de ambas empresas y, en este sentido, la integración ha servido para mejorar aún más si cabe este aspecto. El cliente se ve beneficiado de la unión de ambas empresas ya que, si antes estaba perfectamente asesorado y atendido, tras la integración ve potenciados todos los servicios por parte de nuestros expertos y cualificados técnicos.

VF. ¿Cómo esperan finalizar la campaña en Citrosol con respecto a la de años precedentes?

JM. El objetivo de Citrosol es acabar la campaña con buenos resultados para nuestros clientes, aun con un menor volumen de fruta, pero garantizando la eficacia en todos los puntos de aplicación para que el producto llegue en las mejores condiciones. Debido también a que se ha tenido que recolectar en esta segunda parte de la campaña más rápido de lo normal, la conservación en frío ha de ser muy controlada y es preciso realizar recomendaciones adecuadas a las necesidades de los clientes.

VIVEROS SEVILLA

Cítricos
Frutales
Olivos
Ornamentales

SEVILLA-Brenes 955 655 920 - HUELVA-Lepe 959 393 820 - VALENCIA-Alzira 962 455 785

viverossevilla.com