

JULIÁN HERRÁIZ / Director General de AgroFresh Fruit Protection, S.A.

# “La gestión de la información y su análisis es fundamental para lograr una campaña exitosa”

*Años de experiencia permiten que Agrofresh se enfrente a retos como la digitalización desde la solidez que proporciona el conocimiento acumulado. En el año en el que SmartFresh™ celebra el 20 aniversario de su comercialización a nivel mundial, Julián Herráiz repasa desde la marcha de la actual campaña de cítricos hasta cómo se diseña un futuro siempre vinculado a la propia evolución de las necesidades de la agricultura. Innovación constante basada en la experiencia.*

► RAQUEL FUERTES. BERLÍN.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo se está viviendo esta campaña de cítricos desde AgroFresh? ¿Qué observaciones puede hacer sobre cómo ha ido la campaña?

**Julián Herráiz.** La campaña de cítricos viene muy condicionada por la limitación de volúmenes y la anticipación de variedades. Los precios en origen y los costes están marcando la campaña, y esto hace que los retos para compañías como AgroFresh, cuya misión es proteger la fruta y evitar su desperdicio, sean aún más exigentes. Nuestra misión es proteger la fruta hasta el usuario final y, hoy más que nunca, es fundamental para mantener la confianza del mercado.

Estamos en un momento muy importante de la campaña con variedades de mucho valor y en la que todas las operaciones respecto a la fruta deben ser cuidadas al máximo. Las acciones preventivas de control de calidad de la recolección, protección, tratamientos de recepción adecuados en el tiempo, la elección de dosis y materias activas, buena gestión del frío, buena gestión de la manipulación, son claves para asegurar un producto de calidad y rentable para todos los actores de la cadena de suministro. La gestión de la información y su análisis es fundamental para lograr una campaña exitosa.

**VF.** Hablando de éxitos, este año es el 20 aniversario de la comercialización de SmartFresh...

**JH.** Llevamos 20 años poniendo mucho esfuerzo, mucho cariño, mucha tecnología y mucha inversión. Aquí hay gente que sabe muchísimo de esa molécula, auténticos expertos que pueden conseguir el rendimiento óptimo para nuestros clientes. Coincidiendo con el aniversario vamos a darle valor a este know-how y a esta experiencia, queremos ponerlo en conocimiento de quienes creen en este sector y en su futuro. Queremos que sepan que existe una compañía como la nuestra que ha invertido 20 años en SmartFresh y está dispuesta a invertir 20 años más para ver cómo podemos ayudar y cómo dar valor. Dar a conocer que vamos a estar alineados con esa filosofía de trabajo. 20 años significa mucho en una situación de mercado tan competitiva y tan compleja como la nuestra.

**VF.** ¿Cómo actúa SmartFresh? ¿Es aplicable solo a fruta de pepita?

**JH.** SmartFresh maneja el proceso de maduración de la fruta, bloqueando los receptores de etileno. Ponemos la maduración “en pausa”. Empezó solo para fruta de pepita, pero hace años que estamos en un ratio de crecimiento y diversificación en otros cultivos por encima del



Herráiz explica las ventajas que ofrece Agrofresh a sus clientes. / R FUERTES

40%. SmartFresh está disponible para fruta de hueso, para melón y estamos en fases finales de registro para muchos otros. En España hay, además, un cultivo fundamental en el que también fuimos pioneros y creamos un nuevo sistema: el kaki. Gracias a esta molécula se pudieron abrir nuevos mercados y permitió abrir la ventana de comercialización, contribuyendo a la expansión de este cultivo en nuestra área geográfica.

**VF.** ¿Qué aporta SmartFresh que no ofrezcan otros productos?

**JH.** Nosotros lo llamamos “Sistema de Calidad SmartFresh” porque no se trata solo de

entregar un producto al cliente sino que se trata de hacer un seguimiento desde muchos meses antes de que se recolecte. Identificados estados fenológicos de madurez, cómo actúa el 1-MCP sobre la fruta; cuáles con los resultados después de aplicarlo, cuáles son las expectativas que le podemos dar a ese cliente respecto a esa fruta... Se trata de contribuir para que haya un manejo de adecuado comercialmente y desde el punto de vista agronómico. Ese valor, esos años de experiencia, el equipo que hay detrás, el servicio técnico de asesoramiento que aportamos constituyen la gran diferencia que tenemos

respecto a otras soluciones. Incluso contamos con un sello de calidad, AgroFresh™ Verified, con el que controlamos la correcta aplicación de la solución y que el cliente que ha seguido todo el proceso de manejo de la fruta acorde a unos parámetros. Es un proceso vivo y largo donde la parte técnica tiene un peso muy importante.

**VF.** Otro apartado fundamental en la postcosecha es la digitalización, ¿cómo se ha adaptado AgroFresh a este entorno digital?

**JH.** En AgroFresh nos definimos como AgTech. Hemos lanzado FreshCloud™, que es una plataforma para el control de la calidad desde el origen, desde la producción, hasta el consumidor final, trazando todos los parámetros y entregándolos en una sola plataforma directamente, en tiempo real. Esto permite que seamos capaces de tomar decisiones fundamentadas en datos y en tiempo real, lo que nos proporciona mayor seguridad. Creemos en la agricultura y pensamos que hay que dotarle de este tipo de herramientas para que haya una mayor profesionalización y que la toma de decisiones esté basada en datos que se recolecten durante todo el proceso. FreshCloud facilita todo ese proceso y la toma de decisiones. Es una plataforma totalmente adaptada a las necesidades de cada cliente y de cada cultivo.

Para mí es una herramienta muy potente y queremos ser capaces de trasladar al mercado todo su potencial. ¿Y qué hay de tras de toda esa programación digital? El know-how de esta compañía, que es lo importante: el conocimiento que tenemos de cada cultivo, de la fruta, de su comportamiento en los mercados... Ahí es donde está el valor de una aplicación digital.

Además, puede servir para cualquier cultivo y cada vez estamos adquiriendo más experiencia, y estamos haciendo demostraciones en cítricos, uva o berries, por ejemplo. Es un proyecto apasionante que marca el futuro de esta compañía, de cómo queremos seguir apostando por la agricultura.

## Los comercios buscan variedades Club, Navel tardía y Valencias

La plataforma Naranjasyfrutas.com confirma el aumento de búsquedas de naranjas tardías entre enero y febrero

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde Naranjasyfrutas.com ya se han empezado a enviar los listados por variedades junto con los datos de contacto de los productores de variedades como, Navel Powell, Navel Chislett, Valencia Late, Valencia Delta Seedless o Valencia Midknight Seedless, entre otras. Estos listados están siendo enviados gratuitamente a los comercios registrados que han seleccionado las variedades en las que están interesados, según informan desde la plataforma.

Y es que, como indica Juan José Bas, gerente del portal, “cada vez más comercios buscan

cosechas disponibles en naranjasyfrutas.com”, plataforma que actualmente es líder en España en el anuncio de cosechas y también cada año aumenta el número de productores que anuncian los datos de sus cosechas junto con sus datos de contacto.

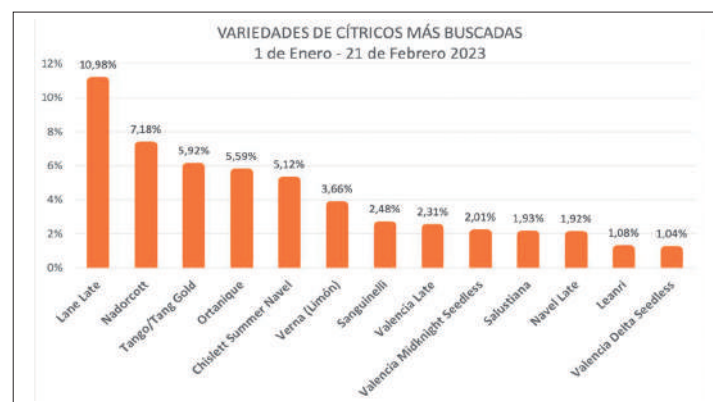
### ■ VARIEDADES DE CÍTRICOS MÁS BUSCADAS EN 2023

Desde el 1 de enero de 2023, a través de las estadísticas de la citada web se puede cuáles son las cosechas más buscadas por los comercios registrados durante el mes de enero y febrero en porcentaje del total de búsquedas en cítricos entre las 99 variedades

de cítricos disponibles en Naranjasyfrutas.com.

Pero, añade Bas, “si solo contabilizáramos las visitas de este mes de febrero de 2023 las variedades más buscadas serían, en este orden, Valencia late, Navel Powell, Nadorcott, Valencia Midknight, Valencia Late y Navel Chislett”.

El gerente comenta que “la utilidad de Naranjasyfrutas.com como punto de encuentro entre productores y comercios en una campaña como esta, en la que los comercios necesitarán un volumen extra de agricultores para proveerse, hace que nuestra plataforma sea un sitio idóneo



Las variedades más buscadas en Naranjasyfrutas.com. / NARANJASYFRUTAS.COM

para encontrar el producto que necesitan”.

Hay que recordar que Naranjasyfrutas.com cuenta con el respaldo de muchas asociaciones de comercio y de asociaciones de agricultores.

Entre ellas se encuentran relevantes organizaciones agrarias como Asaja o La Unió Llauradora i Ramadera, además de asociaciones de productores como Asociex, la Asociación Española del Kaki, Asoproa, Apoexpa o la IGP Indicación Cítricos Valencianos, por ejemplo. Recientemente también se ha incorporado otros colaboradores, como la Caixa Popular.

Como señala Juan José Bas, “todas estas colaboraciones están motivando las mejoras en los servicios gratuitos que ofrece Naranjasyfrutas”. Los agricultores interesados en anunciar su cosecha solo tienen que entrar en [www.naranjasyfrutas.com](http://www.naranjasyfrutas.com) y pinchar en la pestaña ‘Publicar cosecha gratis’.

Por su parte, los comercios que buscan cosechas disponibles deben seleccionar la variedad, o bien pueden recibir cada lunes los últimos anuncios pinchando en la pestaña ‘Registrarme como comerciante’ y seleccionando las variedades de las que desean recibir información.