

valencia
fruits
dossier

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ



Ruchey[®]
THE LOQUAT COMPANY



WWW.NISPEROSRUCHEY.COM

JUAN VICENTE ESPASA / Presidente de la DO Níspero Callosa d'en Sarrià

“Nuestro níspero certificado, comercialmente, está muy bien posicionado”

En su segundo año como presidente de la DO Níspero de Callosa d'en Sarrià, Juan Vicente Espasa se muestra optimista ante la campaña 2023. Una nueva temporada que a finales de marzo ya ha comenzado con las primeras recolecciones debido a que las altas temperaturas han adelantado la maduración de las variedades más tempranas. Si bien estas primeras partidas presentan calibres más pequeños, el sabor y el dulzor están garantizados. Con una producción que sobrepasará las 11.000 toneladas, el objetivo de la DO, este año, es certificar el 60% de total de la cosecha.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El año pasado se estrenó como presidente de la DO Níspero de Callosa d'en Sarrià. ¿Cómo resumiría este primer año?

Juan Vicente Espasa. Fui elegido presidente en un año bastante complicado para el níspero debido a las fuertes lluvias que cayeron entre finales de marzo y primeros de abril. En nuestra zona se llegaron a recoger más de 800 litros por m². Este exceso de agua trajo consigo muchos problemas de rajado en el níspero, que es una fruta muy delicada. En contrapartida, estas lluvias ayudaron al engorde de los frutos y los calibres fueron muy buenos.

En resumen, tuve una cal y otra de arena en mi primer año como presidente.

VF. ¿Cuáles son las primeras informaciones que puede avanzar de la temporada 2023 en relación a la cosecha?

JVE. Este año, al contrario que el pasado, a la fruta le falta calibre y la cosecha llega con dos semanas de adelanto debido a las altas temperaturas de marzo.

A 1 de marzo, tras un mes de febrero de frío, el crecimiento del níspero se paralizó, y todo parecía indicar que la recolección comenzaría con retraso. Pero con el cambio de tiempo y el ascenso de temperaturas, con días más propios de verano que de primavera, el níspero ha pasado de verde a maduro en tan solo quince días, al menos en las variedades más tempranas. Son estas las que, en principio, tienen calibres más reducidos al no haber tenido tiempo suficiente para su engorde, sin embargo, son frutos con buen nivel de azúcar y sabor.

VF. Centrándonos en la propia denominación de origen, ¿cuál es su porcentaje actual de representatividad? ¿Todo productor de níspero en la zona de Callosa forma parte de la DO?

JVE. Su alcance es máximo ya que más del 90% de los productores de la zona certifican sus producciones bajo los parámetros de la DO.

Este sello de calidad está muy arraigado porque identifica el producto con unos pueblos, una tradición, una experiencia, el buen hacer y un sabor único que son la seña de identidad de los agricultores de los 19 municipios de las comarcas de la Marina Baja y el Campo de Alicante que están reconocidos como productores de nísperos de Callosa d'en Sarrià.

Este sello es el reflejo de un modelo de cultivo singular que



Juan Vicente Espasa se muestra optimista ante la nueva campaña. / DONCDS

se caracteriza por ser totalmente artesanal. Es una fruta tan delicada que es imposible mecanizar todos los procesos, ni en campo ni en almacén. Todo el proceso depende de las habilidades y experimentadas manos de nuestros agricultores, hombres y mujeres que vienen cultivando esta fruta con esmero, atesorando todos los conocimientos adquiridos generación tras generación.

VF. De la producción total, ¿cuál es porcentaje que representa el níspero certificado con el sello de la DO?

JVE. La media histórica es del 60%. Esto demuestra el exigente control de calidad que se lleva a cabo a la hora de certificar los nísperos. A pesar de la profesionalidad, experiencia y esmero de los agricultores, hay factores incontrolables como la meteorología que es el primer culpable de que el fruto no tenga el calibre que toca o la piel presente alguna marcha o rajado.

La fruta que no cumple estrictamente los parámetros de calidad de la DO y no puede comercializarse bajo su sello, llega al mercado con las marcas de las propias empresas productoras-comercializadoras. Son nísperos muy buenos, con el sabor y dulzor que los caracteriza, pero que no han alcanzado la categoría de 'excelencia' que exige nuestro protocolo de calidad.

Este año, con una previsión de cosecha total que sobrepasará las 11.000 toneladas, el objetivo será mantener este porcentaje teniendo en cuenta que hay falta de calibre, al menos en las cosechas más tempranas.

VF. En este segundo año al presente de la DO, ¿cuáles son los objetivos marcados?

JVE. El objetivo es claro. Continuar desarrollando de la mejor manera posible las funciones de la DO. Estas se centran, desde su constitución y como cualquier otro sello de calidad, en primer

“Este año, al contrario que el pasado, a la fruta le falta calibre y la cosecha llega con dos semanas de adelanto debido a las altas temperaturas de marzo”

“El alcance de la DO es máximo ya que más del 90% de los productores de la zona certifican sus producciones bajo sus parámetros de calidad”

lugar, en garantizar un control estricto de calidad, aplicando los criterios necesarios, para que al consumidor llegue lo mejor de los nísperos de nuestra comarca.

El futuro de este cultivo y de la DO pasa por mantener estos exigentes niveles y el consumidor siga buscando y demandando nuestros nísperos, relacionando nuestro sello con alta calidad y una comarca donde hay agricultores, que artesanalmente desde hace siglos, cultivan la primera fruta de la primavera con un sabor y dulzor que no deja indiferente a nadie en cuanto la prueba.

Otro de los cometidos del consejo rector es precisamente la vigilancia del uso inapropiado de la marca e imagen de nuestros nísperos. Son más de treinta años los que lleva la Denominación de Origen Níspero de Callosa d'en Sarrià protegiendo y velando por la calidad, el buen hacer y la tradición que representa este sello. Tres décadas en las que se ha conseguido un posicionamiento y un reconocimiento que hay que salvaguardar y cuidar.

“Este sello es el reflejo de un modelo de cultivo singular que se caracteriza por ser totalmente artesanal”

Y toda esta labor hay que darla a conocer, por lo que la divulgación y promoción es otra de las líneas de trabajo importantes de la DO. En este punto me gustaría destacar el ingente esfuerzo que realiza todo el consejo regulador para llevar a cabo diferentes acciones de promoción con un presupuesto mínimo. Gracias a las redes sociales, se nos ha abierto un canal realmente útil y eficaz para promocionar y dar a conocer nuestros nísperos a nuevos consumidores. Por supuesto, contamos con el apoyo institucional por parte de la Diputación de Alicante y la propia Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana para acudir a ferias como Fruit Attraction, pero tenemos el presupuesto que tenemos. Para este año, la estrategia promocional será similar, seguiremos muy activos en redes sociales, se harán algunos sorteos y contaremos con diferentes influencers para promocionar nuestros nísperos.

Fuera de la época propia del níspero en fresco, si bien no forma parte de las competencias propias de la DO, desde sus redes sociales, se apoyan las iniciativas de transformación de las empresas de Callosa como la cerveza y ginebra a base níspero, los nísperos deshidratados o níspero en almíbar.

Estos productos son una alternativa para esa fruta que no tiene las cualidades para el mercado en fresco y se destina a industria para elaborar estas originales propuestas que permiten continuar con la actividad empresarial fuera de la temporada del producto en fresco.

VF. ¿Qué podemos decir de la efectividad de todas estas acciones de comunicación en la parte de comercial?

JVE. Nuestro níspero certificado comercialmente está muy bien posicionado en el mercado nacional y fuera de nuestras fronteras, siendo Italia el principal comprador internacional de los nísperos con denominación de origen. Pero también se exporta a Francia, Alemania o Reino Unido.

VF. ¿Cuáles son las perspectivas comerciales teniendo en cuenta el escenario actual marcado por la inflación y un consumo en Europa a la baja?

JVE. Soy optimista. Espero que sea un buen año para el níspero. Es la primera fruta de la temporada de primavera y este año llegamos al mercado casi un mes antes de las fechas tradicionales, lo que significa que no va a haber tanta presión en los lineales del resto de frutas de temporada como cereza, melocotón, nectarina, albaricoque... Evidentemente nos preocupa el escenario descrito y no ayuda que los medios de comunicación estén hablando constantemente de la subida del precio de los alimentos y lo que cuesta este año llenar la cesta de la compra, pero a pesar de todo, quiero ser optimista y pensar que será una buena campaña porque el níspero de Callosa d'en Sarrià tiene una demanda fiel tanto dentro como fuera de España.



El níspero de Callosa d'en Sarrià tiene una demanda fiel tanto dentro como fuera de España. / DO NÍSPERO DE CALLOSA

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Arranca la primavera y, con ella, los nísperos de Callosa d'en Sarrià empiezan a inundar con su intenso naranja los lineales de los supermercados, las fruterías y las mesas de los consumidores.

Si bien la temporada de esta fruta se concentra en un espacio temporal muy corto —entre abril y mayo—, la inestabilidad climatológica lleva ya varias campañas condicionando a los productores y comercializadores de níspero de Callosa. El ejercicio anterior fue tardío y, en consecuencia, difícil de gestionar por su encuentro en el mercado con la demás fruta de hueso, pero la calidad garantizada y los grandes calibres contrarrestaron el retraso y el cómputo global fue más que bueno.

En esta temporada, las tornas han cambiado y la ausencia de lluvia y el intenso calor han hecho que la campaña se adelante un par de semanas, dando la opción al níspero de estar más tiempo en el mercado. Por otro lado, esas mismas condiciones climáticas han provocado que el calibre del fruto sea menor y que, pese a que las perspectivas de producción se mantienen estables —entre 10.000 y 12.000 toneladas—, fuentes de la Cooperativa de Callosa estiman que entre un 10 y un 15% de la cosecha se eche a perder por el exceso de radiación solar y las altas temperaturas.

Pero este año los productores no solo se han visto obligados a lidiar con las adversidades climatológicas, ya que la inflación, la subida generalizada de costes y el carga legislativa y burocrática también se suman a la lista. Pero desde Callosa d'en Sarrià lo tienen claro, toda esta coyuntura va a repercutir en el precio final del producto. Sin olvidar, además, que su níspero cuenta con un reconocido prestigio tanto a nivel de marca como por su calidad y está reconocido con una Denominación de Origen Protegida.

Por todo ello, a nivel de comercialización, es importante destacar que el níspero de Callosa d'en Sarrià no es un producto que va destinado al gran consumo, es más bien un producto “de nicho” que cuenta con una clientela concreta, es decir, es un “producto gourmet que va a mercados determinados donde sabemos que el consumidor lo aprecia y lo paga”, explica el gerente de la cooperativa, Andrés Llorca.

Otro de los distintivos de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià es su vocación investigadora e innovadora ya que, sin dejar de lado las costumbres y tradiciones más arraigadas en la producción manual del cultivo, mejorar la calidad el fruto y que llegue en las mejores condiciones posibles al consumidor centra todos sus proyectos de futuro.

■ LA CUNA DEL NÍSPERO

El níspero, originario de China y en sus inicios, cultivado en Japón, fue introducido en España por marinos mercantes en la zona sudeste de la Península, encontrando en la comarca de la Marina Baixa, y más concretamente en Callosa d'en Sarrià, el mejor hábitat para su propagación y desarrollo debido a la bondad de su clima que, por cierto, es el único níspero que tiene Denominación de Origen.



Origen y calidad

Con el paso de los años, el cultivo del níspero se ha convertido en el eje principal en torno al cual gira no solo la vida, sino también la economía

de esta zona alicantina. Así, una técnica de producción y manipulación fundamentalmente manual y sin tratamientos post-cosecha en combinación con la

innovación e investigación más puntera del sector, el níspero de Callosa d'en Sarrià ha logrado hacerse un hueco en el mapa mundial, siendo un fruto muy

apreciado y codiciado por los consumidores de todo el mundo.

La perfecta aclimatación del cultivo a la zona permite que no se tenga que usar invernaderos de plástico para su cultivo, tan solo mallas de protección contra el viento. Por la proximidad de los manantiales no hace falta traer agua de grandes distancias, por lo que el coste energético del riego es muy bajo. Además, la cercanía de los almacenes de clasificación y envasado logra que los costes energéticos de producción sean muy reducidos. Por todo ello, el cultivo del níspero en Callosa d'en Sarrià es totalmente sostenible.

LA VIDA ES MEJOR CON FRUTA

Ruchey

www.nisperosruchey.com

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

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

“El níspero es el cultivo más rentable y sostenible para los agricultores de Callosa”

El níspero de Callosa d'en Sarrià, el fruto “hecho a mano” con más tradición de la Marina Baixa, lleva años conquistando al consumidor no solo por su sabor y calidad, sino también por su manera de producción tan cuidadosa y singular. Andrés Llorca, el gerente de la cooperativa, explica las claves de una campaña marcada por la inestabilidad climática y económica, pero que sitúa en su telón de fondo unos altos estándares de calidad y la constante de la innovación.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué balance realiza de la campaña anterior?

Andrés Llorca. La campaña anterior fue extremadamente tardía y muy difícil de gestionar. Por un lado, las abundantes precipitaciones del mes de marzo y abril, de hasta mil litros por metro cuadrado, provocaron pérdidas de aproximadamente el 30% de la cosecha y, debido a los daños ocasionados en los frutos, muchos agricultores decidieron tirar la fruta ante el poco margen de rentabilidad. Después, con un retraso de un mes, la comercialización del níspero se concentró en los meses de mayo y junio, cuando el mercado ya estaba bastante lleno de fruta de hueso.

No obstante, los frutos presentaban buenos calibres y una calidad inmejorable, dos cualidades muy apreciadas por los consumidores.

VF. ¿Cómo se está desarrollando esta campaña de níspero en Callosa d'en Sarrià?

AL. Al contrario que el ejercicio anterior, las altas temperaturas de marzo y la falta de precipitaciones han provocado que la campaña se adelante un par de semanas pero, al mismo tiempo, que el calibre del fruto sea algo menor. Además, estimamos que entre un 10 y un 15% de la producción se va a perder por el exceso de radiación solar y el calor, que ha provocado la aparición de mancha púrpura en algunos frutos.

En cuanto al tema laboral, el principal inconveniente que hemos observado, tanto a nivel de campo como de confección de la fruta, es la falta de mano de obra. El níspero es un cultivo íntegramente manual, de manera que la escasez de personal está empujando a muchos agricultores a otros cultivos.

VF. ¿Qué supone un adelanto de la cosecha?

AL. A priori, es algo bueno siempre y cuando tengamos una campaña más alargada en el tiempo. Es decir, el producto está más tiempo en el mercado y la recolección no tiene el porqué concentrarse en 10/15 días, sino que se puede dilatar un poco más.

VF. ¿Qué impacto tiene la meteorología en el cultivo del níspero? ¿Qué hacen los agricultores para intentar paliar sus efectos adversos?

AL. El níspero es una fruta muy sensible cuya producción se concentra en un espacio temporal muy corto, de manera que cualquier alteración o inclemencia meteorológica le afecta de manera muy negativa. Por ello, ya hay una parte importantísi-



Andrés Llorca destaca el componente novedoso del níspero por ser la primera fruta de la primavera. / ARCHIVO

ma de la zona cultivada que está cubierta de mallas protectoras. Son inversiones considerables que garantizan un elevado nivel de calidad en la fruta, puesto que la protegen de la radiación solar, de los episodios fuertes de lluvia y granizo, de los posibles daños por el viento...

Cada vez el mercado es más exigente y busca una fruta más limpia y sin imperfecciones y, ante una meteorología cada vez más inestable, la mejor manera de garantizar la calidad y proteger la fruta es la construcción de infraestructuras que la protejan, algo que, a mi juicio, es imprescindible para aquellos que se dedican profesionalmente a la producción del níspero.

VF. ¿Cómo afecta la sequía al cultivo del níspero?

AL. En la zona de Callosa, prácticamente todas las comunidades de regantes apuestan por el riego localizado. Aquí tenemos una gran concienciación sobre el uso correcto del agua

“Al contrario que el ejercicio anterior, las altas temperaturas de marzo y la falta de precipitaciones han provocado que la campaña se adelante un par de semanas pero, al mismo tiempo, que el calibre del fruto sea algo menor”

“El consumidor va a tener que pagar más por lo mismo porque todo cuesta más de producir y el incremento de costes afecta a toda la cadena productiva y a todos sus procesos”

“Nuestro níspero ha encontrado su hueco en los países desarrollados y esos son nuestros destinos objetivo, porque el níspero de Callosa d'en Sarrià es un producto gourmet que va a mercados determinados donde sabemos que el consumidor lo aprecia y lo paga”



El níspero de Callosa es un producto de nicho que está muy focalizado a un cierto tipo de consumidor. / COOP. CALLOSA

y, además, el cultivo bajo malla no solo reduce la necesidad de tratamientos, sino que también permite una mayor optimización de los recursos hídricos. En este sentido, el níspero es un cultivo muy sostenible, tanto económica como medioambientalmente.

VF. ¿Qué puede decirnos del incremento de costes? ¿Cómo están haciendo frente a esta subida?

AL. Todos los costes de toda la cadena productiva han sufrido un incremento exageradamente alto. En el campo, desde la mano de obra hasta los fertilizantes y fitosanitarios pasando por el mantenimiento de las infraestructuras y, en la cooperativa, la subida de más del 30% del precio de los envases, el coste del manejo de la fruta en almacén, la energía eléctrica, los costes laborales...

La única manera de lidiar con esta situación es repercutir este incremento en el precio final del producto y, por ello, vamos a intentar que el agricultor obtenga un mayor precio que le permita cubrir los costes para que pueda seguir con su actividad.

VF. El último año ha sido, hablando de legislación y regulación, muy intenso para el sector agrario español con nuevas normas como, por ejemplo, el impuesto al plástico. ¿Cómo afecta esto a los profesionales que trabajan en el cultivo del níspero?

AL. Por su delicadeza y modo de venta, el níspero se comercializa a través de la gran distribución en envases de plástico. Con la Estrategia Europea para el Plástico, algunos estados han intentado implantar normas para reducir su uso en el sector agroalimentario, pero países como Francia e Italia ya se están echando atrás y están suprimiendo las políticas más restrictivas por sus dificultades en la práctica. En España, desde el pasado 1 de enero tenemos que hacer frente a un nuevo impuesto que, al igual que cualquier otro sobrecoste, se debe repercutir en el producto.

VF. En el contexto actual de inflación que vivimos, ¿el consumidor va a pagar más por lo mismo?

AL. El consumidor va a tener que pagar más por lo mismo porque todo cuesta más de producir y el incremento de costes afecta a toda la cadena productiva y a todos sus procesos. De hecho, esto ya ocurre en una gran variedad de productos y no queremos que el níspero sea una excepción.

Además, cabe destacar que el níspero de Callosa d'en Sarrià es un fruto que cuenta con un reconocido prestigio tanto a nivel de marca como por su calidad y está reconocido con una Denominación de Origen Protegida. Es la primera fruta de primavera, por lo que tiene un componente de novedad y muy diferenciador.

De este modo, entendemos que es un producto que no está destinado al gran consumo, sino que es más bien un producto de nicho que está muy focalizado a un cierto tipo de consumidor que está dispuesto a pagar por su valor y calidad porque, independientemente de las circunstancias, el producto que sale de nuestra cooperativa está revisado y cumple los más altos estándares de calidad.

VF. A nivel comercial, ¿cuáles son los principales mercados del níspero de Callosa d'en Sarrià?

AL. Aproximadamente el 85% de la producción total sale fuera de España, principalmente a países de Europa occidental. Es

“El níspero de Callosa d'en Sarrià es un fruto ‘hecho a mano’ que, una vez recolectado, no se le aplica ningún tratamiento postcosecha ni se manipula con máquinas... de manera que llega al consumidor con todas sus propiedades intactas y sin ningún residuo”

cierto que cada vez más el mercado nacional empieza a apreciar y valorar el producto, pero no podemos olvidar que nuestra vocación es exportadora y no tendríamos la dimensión ni la reputación que tenemos ahora sin este afán por llevar nuestro níspero más allá de las fronteras españolas.

VF. *¿Está en sus planes abrir nuevos mercados?*

AL. Hablar de abrir nuevos mercados y ampliar la presencia de un producto en más países parece ser un sinónimo de crecimiento y expansión. Pero depende de cada producto y de los objetivos de posicionamiento de cada cooperativa o empresa.

En el caso del níspero, hay que tener en cuenta su calidad y su precio y saber qué mercados están dispuestos a pagarlo. Actualmente estamos presentes en Norteamérica, Europa, Oriente Medio... prácticamente nuestro níspero ha encontrado su hueco en todos los países desarrollados y esos son nuestros destinos objetivo, porque el níspero de Callosa d'en Sarrià es un producto gourmet que va a mercados determinados donde sabemos que el consumidor lo aprecia y lo paga.

“La única manera de lidiar con la subida de costes es repercutir este incremento en el precio final del producto”

VF. *Como productores, ¿cuáles son sus principales competidores?*

AL. No se puede decir que tengamos competidores a nivel directo con el níspero. La calidad y las garantías de nuestro fruto lo convierten en un producto único. Además, los países mediterráneos que también son productores de nísperos dedican casi toda su producción al autoconsumo.

No obstante, en el mercado competimos con el resto de fruta de hueso. El níspero es la primera fruta de la primavera, pero cuando empiezan a llegar melocotones, cerezas, nectarinas... el mercado se vuelve más complicado. Por eso es importante que la campaña no se retrase y respete sus tiempos.

VF. *¿Hacia dónde van enfocados las innovaciones y nuevos proyectos de la cooperativa?*

AL. A nivel de investigación tenemos varios frentes abiertos, siempre con el objetivo de mejorar la calidad del fruto y que llegue en las mejores condiciones a los consumidores. Destaca, en esta línea, un proyecto —aún en fase embrionaria— de contrastación de la calidad del níspero usando nuevas tecnologías para el escaneo de la fruta que permitan decirnos cuándo y cómo se debe cosechar el níspero.

Otra de las mejoras e innovaciones muy importante para nosotros es buscar frutos con mayor calibre. El tamaño es una demanda constante no solo a nivel de los consumidores, sino también en el campo, porque el proceso de manejo y confección

es mucho más eficiente cuando el fruto es más grande.

VF. *¿Qué destaca del níspero de Callosa d'en Sarrià?*

AL. El níspero de Callosa d'en Sarrià es un fruto “hecho a mano”. Una vez recolectado, no se le aplica ningún tratamiento postcosecha, no se manipula con



El níspero llega al consumidor con todas sus propiedades organolépticas. / C.C.

máquinas... de manera que llega al consumidor de una manera muy natural, con todas sus propiedades organolépticas intactas y sin ningún residuo. Es un cultivo convencional pero que, dada su manera de producción, roza los estándares de lo ecológico.

VF. *¿Qué futuros retos se presentan para la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià?*

AL. Nuestro cometido es ofrecer a nuestros agricultores el mejor servicio para garantizar la viabilidad del cultivo durante muchos años. En nuestra zona geográfica, el cultivo del níspero es la opción más rentable y sostenible para los agricultores.

Ruchey

WWW.NISPEROSRUCHEY.COM

VITAMINA C, B Y A

QUE AYUDAN A FORTALECER EL SISTEMA INMUNOLÓGICO

POTASIO, MAGNESIO Y CALCIO

INDISPENSABLES PARA MANTENER EL ORGANISMO EN BUEN ESTADO

FIBRA

CONTRIBUYE A LA SALUD INTESTINAL, FACILITA EL TRÁNSITO Y REGULA LA ABSORCIÓN DE NUTRIENTES

¡SÍGUENOS EN REDES SOCIALES!

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

“Las variedades híbridas han permitido adelantar y alargar las campañas”

En la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià llevan años investigando el cultivo del níspero. Actualmente evalúan un centenar de árboles triploides y tetraploides para obtener nísperos sin semilla. En paralelo también siguen desarrollando nuevas variedades, y están evaluando las últimas especies tardías, y analizan una nueva variedad muy prometedora denominada Oliver. Fruto de la investigación, la implantación de variedades híbridas precoces ha permitido adelantar y escalonar las campañas. “Cuando solo se contaba con la Algerie era muy raro tener producción de nísperos en marzo, y actualmente las especies precoces se encuentran en plena producción”, señala Esteban Soler

■ ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan en la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià para el presente ejercicio?

Esteban Soler. Aunque las últimas olas de calor posiblemente provocarán alguna merma en el níspero precoz, en la cooperativa prevemos gestionar un volumen de cosecha de entre 10.000 y 12.000 toneladas.

VF. ¿Qué calidad presenta el níspero esta temporada?

ES. Por una parte, como ha llovido muy poco, apenas se han realizado tratamientos fitosanitarios y este año muchas parcelas van a tener tratamiento cero. Por otro lado, las escasas precipitaciones han provocado que la fruta no alcance el tamaño que tuvo el año pasado, pero cuenta con más calidad para el consumo, ya que está más dulce y concentrada. El níspero ha alcanzado esta temporada unos índices de azúcar y de ácido espectaculares. Contamos con producto de menos calibre pero de mejor calidad.

Además, otro aspecto importante es que la fruta ha llegado con un adelanto de unos 15 días con respecto a 2022. Si el año pasado el punto álgido de la temporada lo tuvimos entre la última semana de abril y la primera quincena de mayo, en el presente ejercicio, si no ocurre nada, a mediados de abril ya se habrá comercializado un porcentaje importante de cosecha.

VF. ¿Este adelanto resulta beneficioso para la comercialización del níspero?

ES. Sin duda alguna. La gran ventaja del níspero es ser la primera fruta de primavera en el hemisferio norte, y a mayor precocidad, mejores precios obtenemos en el inicio de la temporada. De momento toda la fruta de hueso se encuentra en floración, o en fase de desarrollo, y al sector del níspero le interesa llegar cuanto antes a los mercados para no encontrar tanta competencia. Hay que tener en cuenta que las frutas competimos unas con otras y el consumo en Europa ha bajado en los últimos años. Por eso resulta interesante que la campaña de níspero arranque antes.

VF. ¿En qué proyectos de investigación están trabajando en la cooperativa actualmente?

ES. Nosotros llevamos estudiando el níspero desde hace muchos años con distintos centros de investigación y actualmente vamos a concluir un proyecto



Soler analiza el arranque de campaña y los proyectos de investigación que están en marcha. / COOPERATIVA DE CALLOSA

“El níspero presenta unos índices de azúcar y de ácido espectaculares. Contamos con producto de menos calibre pero de mejor calidad”

que tiene el objetivo de obtener nísperos sin semilla. Estamos terminando de evaluar un centenar de árboles triploides y tetraploides para ver si desde el punto de vista agronómico son viables.

En paralelo también seguimos evaluando nuevas variedades. Empezamos un plan de mejora varietal con el IVIA, ya que los productores sólo dispo-

nían de la Algerie. Y en relación a este plan me gustaría destacar el papel de la profesora del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), Marisa Badenes, que llevó a cabo este proyecto, y que falleció este pasado verano. Sin ella habría sido imposible realizarlo.

Sin duda, la Algerie es la mejor variedad en producción, en calidad y en manejo, lo que ocurre es que presenta una serie de problemas. Por ello, en su momento nos planteamos obtener nuevas especies más tempranas y tardías para poder escalonar la producción del agricultor e intentar optimizar sus recursos.

Dentro de este plan de mejora estamos evaluando las últimas variedades tardías, y estamos

“Como ha llovido muy poco, apenas se han realizado tratamientos fitosanitarios y este año muchas parcelas van a tener tratamiento cero”

estudiando desde hace dos años una nueva denominada Oliver. Este níspero de media campaña tiene muy buena pinta y un gran potencial, ya que cuenta con un sabor, una conservación y un calibre excepcional, y, de momento, presenta pocos problemas.

VF. ¿Qué han aportado las variedades híbridas al sector del níspero en Callosa?

“Estamos evaluando desde hace dos años una nueva variedad de media temporada, con gran potencial, denominada Oliver”

ES. La mayoría de las variedades híbridas que obtuvimos, una vez registradas, se han facilitado al agricultor y ya están cultivándose en los campos. No existe la variedad ideal, lo que existe es la explotación óptima, y por ello el productor ha plantado estas especies precoces en las explotaciones apropiadas para desarrollar este tipo de nísperos.

Estas variedades híbridas han permitido adelantar y alargar las campañas. Cuando solo se contaba con la Algerie era muy raro tener producción de nísperos en marzo, y actualmente las especies precoces se encuentran en plena producción.

El níspero requiere una gran cantidad de mano de obra, sobre todo en la época de recolección, al ser un cultivo muy manual que ofrece pocas posibilidades de mecanización. Existe un problema grave para contratar mano de obra al tratarse de una campaña corta. Por ello, las nuevas variedades han permitido también espaciar más la etapa de recolección de la fruta y de esta forma el agricultor puede optimizar mejor los recursos propios disponibles.

Hay que tener en cuenta que el 80% de los costes de producir un kilo de nísperos son mano de obra. Por lo tanto, hablamos de un cultivo rentable, ideal para el tipo de estructura agraria que tenemos en nuestra zona, con pequeños propietarios, unidades familiares que prácticamente son autosuficientes. Para los grandes propietarios de tierras este cultivo no resulta atractivo debido a los grandes requerimientos de mano de obra necesarios para lograr una buena calidad. Por este motivo, yo creo que el níspero se quedará en un volumen de fruta similar al actual y nuestro objetivo es diferenciarnos con una fruta selecta, de alta calidad, dirigida a mercados exigentes que pagan bien. De otra forma las cuentas no salen.

VF. ¿Cómo puede afectar el cambio climático a este cultivo?

ES. El níspero se encuentra muy bien adaptado a las condiciones meteorológicas de esta zona. En su momento realizamos muchos estudios y ahora controlamos todas las casuísticas y necesidades de este cultivo. Actualmente, una plantación de esta fruta funciona con un 35% de los aportes de riego que necesita un naranjo. Con 2.500 metros cúbicos por hectárea y año obtenemos unas cosechas excelentes porque hemos estudiado el cultivo y sabemos cuándo y cuánto tenemos que regar.

Hemos investigado mucho sobre el níspero y estamos preparados para afrontar algunos de los problemas que pueden surgir. Pero está claro que las grandes oscilaciones térmicas que se han producido en el mes de marzo, donde ha habido días con un grado de temperatura y otros con 30° y un 10% de humedad, provocan daños en la mayoría de los frutales. Si esto es el cambio climático, y estos episodios se repiten con asiduidad, será complicado cultivar y poco podemos hacer.



En la cooperativa llevan años evaluando e investigando el cultivo del níspero. / COOPERATIVA DE CALLOSA

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

“Esperábamos una campaña precoz con una merma de calibre y así ha sido”

El presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià, Salvador Solbes, explica que se han cumplido las previsiones respecto a la actual campaña del níspero. Un ejercicio que está siendo precoz observándose una merma en los calibres debido, principalmente, a las altas temperaturas que se están experimentando durante los últimos meses. Por ello, las estrategias de la cooperativa están destinadas a buscar variedades que tengan mejores calibres, que aguanten mejor las altas temperaturas y que ofrezcan un mayor rendimiento.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las perspectivas para esta campaña de níspero?

Salvador Solbes. En principio esperábamos una campaña precoz con una merma de calibre y así ha sido. Estamos obteniendo del níspero un sabor extraordinario, debido en parte al calor y las buenas temperaturas, aunque ello también ha supuesto una merma de calibre, pues el producto no ha engordado todo lo que tenía que engordar. Por otro lado, se espera producir en torno a las 11.000 toneladas aproximadamente, que es lo que está siendo habitual en las campañas precedentes.

VF. ¿Cuál es el principal reto al que se enfrenta la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià esta campaña?

SS. El níspero no es un producto muy exigente. No acostumbra a enfrentarse, por ejemplo, a problemas de plagas, y en este sentido no solemos realizar ningún tipo de intervención. Sin embargo, no podemos decir lo mismo del clima. Nuestro principal reto es siempre la primavera, ya que suele traer con ella una meteorología adversa



Solbes destaca el extraordinario sabor que presenta el níspero. / ARCHIVO

y estamos a expensas de lo que pueda ocurrir. Si, como ya se está prediciendo, nos espera una primavera con unas temperaturas elevadas, observaremos como el calibre del níspero continuará

disminuyendo. Además, la incisión del sol también provoca ciertas manchas en el producto.

VF. Respecto al incremento de costes, ¿cómo están afectando a la producción del níspero?

“Este año se espera producir en torno a las 11.000 toneladas, que es lo que está siendo habitual en las campañas precedentes”

SS. Es uno de los principales problemas que tenemos, nos afecta en todos los sentidos. Por un lado, se ha incrementado el precio de todos los insumos: abonos, fertilizantes, etc. Y, por otra parte, el transporte con el aumento del precio de la gasolina; el de la luz a la hora de regar; y en el ámbito laboral, con el incremento de los salarios.

VF. En cuanto al relevo generacional, ¿se observa un aumento de jóvenes que quieran desarrollarse profesionalmente en el sector?

SS. Cada vez encontramos menos gente que quiera trabajar en el campo. En la zona de Callosa d'en Sarrià hay algunos jóvenes que están iniciándose en la agricultura, ya no tanto en el campo, pero sí en empresas del sector en las que ven posibilida-

des de continuar trabajando y desarrollarse profesionalmente. Sin embargo, el haber poca mano de obra en el campo sigue siendo un problema.

VF. ¿Qué estrategias de cultivo ligadas a la innovación y experimentación se han desarrollado recientemente?

SS. Nosotros centramos nuestra estrategia en dos factores. Por un lado, el cambio varietal, con el que hemos hecho grandes inversiones relacionadas con buscar variedades que tengan mejores calibres, que aguanten mejor las altas temperaturas y que nos ofrezcan un mayor rendimiento. Algo que se está pudiendo apreciar en algunas variedades que ya están en el mercado.

Por otro lado, muchas de las estrategias están destinadas a las propias cooperativas, como por ejemplo el desarrollo de los programas operativos. En este ámbito se está apoyando bastante al agricultor con el propósito de mejorar las inversiones de los invernaderos, el cambio de riego a manta por el de goteo.

Otra de las estrategias desarrolladas que adquieren una gran importancia para la cooperativa son aquellas relacionadas con los programas medioambientales. Por ejemplo, los restos de poda que antes normalmente se quemaban ahora se trituran. De este modo, el triturado se esparce por el campo mejorando el abonado y todo lo relacionado con la materia orgánica de los cultivos.

VF. ¿Cuál es la hoja de ruta para los próximos meses?

SS. Una de nuestras misiones es seguir evolucionando con las estrategias de innovación, como ya se ha comentado, con los cambios varietales. Sin embargo, el objetivo principal de la cooperativa ha sido, es y continuará siendo siempre seguir dando el mayor servicio posible a sus socios e intentar pagar el mayor precio posible de todos sus productos. Callosa d'en Sarrià es un pueblo eminentemente agrícola y, por lo tanto, seguir dando el servicio que los socios se merecen es lo principal para nosotros.

XAVIER ROSARIO / Rosario Louis SARL

“Francia tiene un gran potencial de desarrollo para el níspero”

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿A qué se debe la apuesta de Louis Rosario SARL por una fruta como el níspero?

Xavier Rosario. En los años 60, mi abuelo Luis, junto con mi padre Ramón y mi tío Pepe-Luis, ayudaron y apoyaron la creación y el desarrollo de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. Fueron pioneros en introducir el níspero en el mercado francés en los años 70 y 80, cuando nadie conocía esta fruta. Desde el 2000, seguimos desarrollando con mi equipo la venta del níspero a través de supermercados y mantenemos una relación muy afectuosa y fuerte con la cooperativa. Por todas estas razones apostaremos siempre por el níspero Ruchey de Callosa.

VF. ¿Qué previsiones manejan para la presente campaña?

XR. La campaña se extiende un periodo aproximado de tres meses y ha empezado más pronto que el año pasado, con un adelan-

to de 15 días. Desde el covid las temporadas siguen siendo más o menos del mismo nivel de ventas. Sin embargo, este año coincide la venta con el periodo del Ramadán, lo que tendrá repercusiones a nivel de consumo en Francia.

VF. ¿Cómo se encuentra el consumo del níspero en Francia?

XR. El consumo del níspero en Francia mantiene un cupo más o menos cerrado. Para incrementar la venta en este país habría que dar a conocer más el níspero a través de apoyos publicitarios. Todavía demasiados franceses, o bien desconocen totalmente esta fruta, o no saben cómo se consume. Francia tiene un potencial muy importante de desarrollo para el níspero. Sus cualidades organolépticas son muy apreciadas, es la primera fruta de hueso de la primavera y es fácil de consumir. El único defecto que tiene radica en que es una fruta delicada y frágil para su transporte.



Xavier Rosario. / ARCHIVO

VF. ¿Qué cambios se han producido en el sector del níspero en los últimos años?

XR. En este entorno ansioso de 2023, debido a factores como la inflación o la guerra ucrania, el consumidor está cambiando sus hábitos de comprar. El precio es un aspecto cada vez más importante a la hora de efectuar la compra. Por ello, el objetivo para no asustar al consumidor es mantener un precio justo tanto para el consumidor como para el agricultor. Y, como comentaba anteriormente, el níspero tiene que darse a conocer más en Francia porque esta fruta tiene un potencial de venta muy potente para el futuro.

rosario
TU CASA EN FRANCIA

Desde 1947

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

IMPORTATION - EXPORTATION



Quando nuestra
gente da lo mejor,
nuestra tierra
ofrece lo mejor

Y lo mejor es el níspero de Callosa d'en Sarrià, deliciosa fruta de color anaranjado y sabor dulce con toques ácidos.

El clima subtropical de la Marina Baixa de Alicante es el hábitat natural del níspero con denominación de origen, cultivado de forma respetuosa con el medio ambiente para preservar su excelente calidad nutricional y sus singulares propiedades organolépticas.



**MOLT
DE
GUST**

Productos de Calidad
Diferenciada y Ecológicos
de la Comunitat Valenciana