



### Principales zonas de producción



## NARANJA (*Citrus sinensis*. Familia: Rutáceas)

### ► VARIEDADES EN PROCESO DE DESAPARICIÓN

Es en las variedades blancas –calibres irregulares, bastante semillas-, junto con las sanguinas –zumo color rojo sangre-, donde se encuentran las variedades más afectadas por la sustitución. En general, se busca alto porcentaje de azúcar.

### ► NUEVAS VARIEDADES

- Navel Lane Late (febrero-mayo).
- New Hall (temprana octubre-diciembre).
- Delta Seedless (tipo Valencia Late).



### Calendario de comercialización.

Variedades más representativas en la Red de Mercas. Porcentaje

	Navelina	Navel	Lane Late	Navel Late	Salustiana	Valencia Late	Otras variedades
Enero	60	20			5		15
Febrero	40	20	20		5		15
Marzo	10	30	40		5		15
Abril		10	20	40	5	10	15
Mayo			30	40		20	10
Junio			15			60	25
Julio				60		10	30
Agosto			30	30		40	
Septiembre						40	60
Octubre						30	70
Noviembre	100						
Diciembre	90	10					

■ Producto nacional
■ Producto de importación



### ¿Qué variedades son más apreciadas y por qué?

#### Navelina

- Temprana, de forma más bien redondeada.
- Buen tamaño y color anaranjado intenso.
- Piel semigruesa, fácil de pelar, buen paladar y dulce.
- Óptimo transporte, sirven para mesa y para zumo.

#### Navel y Navel Late

- Media campaña, con forma entre esférica y alargada.
- Buen tamaño y color anaranjado/rojo vivo, algo más pálido en la Late.
- Piel fina, pulpa jugosa y muy dulce.
- Buen transporte, especial para mesa.

#### Lane Late

- Media campaña y forma redonda ligeramente ovalada.
- Tamaño medio/grande y buen color.
- Piel fina y excelente paladar por su menor cantidad de limonina.
- Buen transporte, especial para mesa.

#### Salustiana (blanca)

- Media campaña y redonda achata.
- Tamaño medio/grande, y de color menos intenso que la Valencia Late.
- Piel media, ligeramente rugosa, pulpa muy jugosa, con zumo abundante y de paladar fino y dulce.
- Apenas presenta semilla y tiene una buena conservación en cámara.

#### Valencia Late (blanca)

- Tardía sin semillas de forma redonda y ligeramente alargada.
- Tamaño medio y bien coloreada.
- Piel delgada, lisa y mucho zumo (a veces un tanto ácido).
- Alarga la campaña.

#### Delta Seedless (clon mejorado Valencia Late)

- Tardía sin apenas semillas.
- Tamaño ligeramente superior a la valencia late y color naranja rojizo.
- Piel de textura muy fina y buen paladar.
- Alarga la campaña.

Entre otras variedades, tanto nacionales como de contra estación, presentes en el mercado en función del calendario se pueden destacar: Newhall (similar a la Navelina, a veces se adelanta a ésta), Navel Powell (sin semillas y con poca limonina), Washington (tipo Navel de excelente calidad).



#### ► PERÍODO DE CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO EN LOS MERCADOS MAYORISTAS DE LA RED DE MERCAS

La permanencia de un producto en las Mercas es de tres días. Todas las variedades tienen una conservación similar en cámara frigorífica, entre 6 y 8º C.

#### ► OFERTA DE IMPORTACIÓN

Hay oferta de naranjas de contra estación como continuación de la campaña nacional y focalizados especialmente en los meses de verano.

#### ► ASPECTOS NUTRICIONALES Y OTROS DATOS DE INTERÉS

Mucha agua, rica en vitamina C, provitamina A, potasio, ácidos cítricos y fólico y aportaciones interesantes de fibra que se encuentra en la parte blanca, entre la piel y la pulpa.





### Procedencia de las naranjas comercializadas en la Red de Mercas.



### Ventas por variedades. Porcentajes sobre total anual.

Datos de la Red de Mercas

Navelina	31
Lane Late	14
Valencia Late	12
Navel Late	12
Navel	10
Salustiana	2
Otras variedades	18

### Estacionalidad global de las ventas.

Porcentaje sobre total del año

Enero	12
Febrero	12
Marzo	12
Abril	11
Mayo	9
Junio	6
Julio	4
Agosto	4
Septiembre	4
Octubre	7
Noviembre	9
Diciembre	10



Nota: Estacionalidad de las ventas en base al movimiento de volúmenes de los cinco últimos años en la Red de Mercas.

### Temporada o mejor época de consumo

Origen	Temporada
Producto nacional	Octubre/junio
Producto importación	Julio/septiembre



### Formatos y categorías más usuales en venta mayorista

#### ANTERIORES

Granel sin clasificar: Cajas de madera de 17 kg.

#### ACTUALES

Graneles	Categoría	Calibre	Envase y peso	Mantos	Encerado
Granel clasificado	I-II	2 (84/96 mm) 3 (81/92 mm) 4 (77/88 mm)	Plástico 10 a 15 kg	No	Sí
Formatos					
Encajado en cartón*	I	2 (84/96 mm) 3 (81/92 mm) 4 (77/88 mm)	6/7 kg 12/14 kg	1 manto con alveolo 2 mantos con alveolo	Sí
Encajado en cartón*	I	6 (60/80 mm) 7 (67/76 mm)	6/7 kg 12/14 kg	1 manto con alveolo 2 mantos con alveolo	Sí Sí
Malla	I-II	5 (73/84 mm) 6 (60/80 mm) 7 (67/76 mm)	2/3 kg		Sí
Bolsa**	I-II	5 (73/84 mm) 6 (60/80 mm) 7 (67/76 mm)	5 kg		Sí

\* Envase no retornable.

\*\* Este formato tiende a ser sustituido por otros de menor peso para facilitar el manejo y transporte al consumidor.

Por moda y hábitos de consumo se le considera un producto fundamental en la dieta mediterránea. Entre otras cualidades, su consumo resulta eficaz como buen antioxidante, preventivo de gripes y resfriados, para problemas circulatorios o con propiedades preventivas anticancerígenas.

Por supuesto, se recomienda el consumo en fresco, aunque las variedades dulces y amargas tienen numerosos usos y aplicaciones tanto en la cocina, sobre todo en la preparación de carnes y salsas, como en la elaboración de dulces, postres, helados, sorbetes, gelatinas, mermeladas, zumos, coctelería, etc. Otra curiosidad son sus aplicaciones en la industria perfumera y cosmética.

#### RECOMENDACIONES PARA CONSERVACIÓN Y CONSUMO

No congelar. Conservación recomendable en ambiente fresco o, sin apilar, en la parte menos fría del frigorífico si se trata de plazos dilatados.



### Consumo de naranjas por segmentos. Porcentaje sobre el total nacional

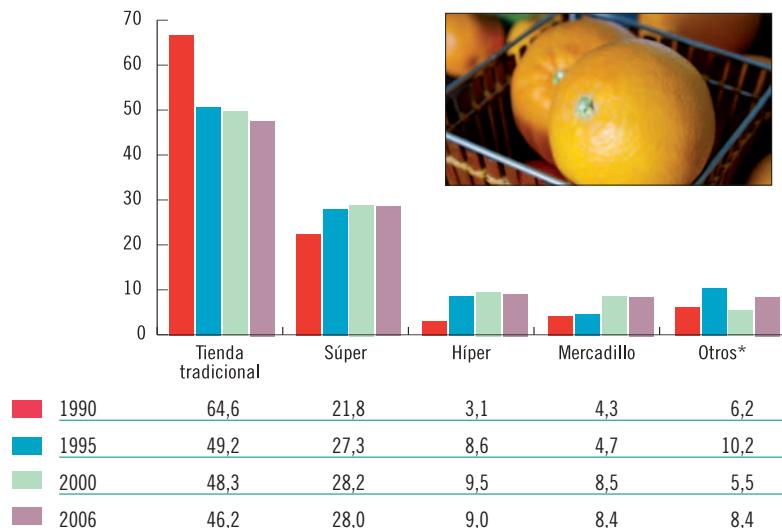
	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones
1990	91,5	5,3	3,2
2000	85,1	12,1	2,8
2006	82,6	14,9	2,5

Datos de 2006.

Fuente: MAPA.



### Evolución de cuotas según formatos comerciales para consumo en hogares. Porcentajes



\*Otros: Incluye autoconsumo, venta a domicilio, etcétera.

Fuente: MAPA.



### Cuota de mercado de la Red de Mercas. Millones de kilos

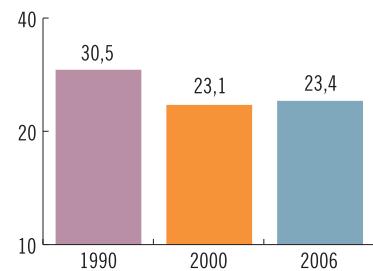
Total consumo nacional 1.018,8

Comercio mayorista en la Red de Mercas 493,3

Cuota de mercado 48%

Datos de 2006. El consumo incluye hogares y extradoméstico.  
Fuente: MAPA y Mercasa.

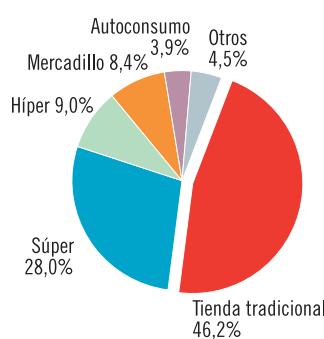
### Evolución del consumo de naranjas por persona y año. Kilos



Fuente: MAPA.

### ¿Dónde compran naranjas los hogares?

Cuota de mercado de los establecimientos



Fuente: MAPA.