



El cultivo del caqui. Antecedentes e importancia económica en España

RAFAEL PERUCHO MAÑEZ. Director del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer.

RESUMEN

El cultivo del caqui en Europa, y básicamente en la cuenca mediterránea, ha sido tradicionalmente un cultivo menor, que en los últimos años y gracias al éxito comercial de una variedad autóctona de la comarca de la Ribera Alta (Valencia) ha adquirido una gran notoriedad en los mercados europeos. La variedad Rojo Brillante, con la puesta a punto de la tecnología para eliminar la astringencia ha experimentado un crecimiento espectacular en España, hasta convertirse rápidamente en uno de los principales países productores del mundo. En este artículo se repasan los datos que muestran la evolución del cultivo y las claves que han permitido que un cultivo menor se haya convertido en apenas unos años en uno de los cultivos de mayor crecimiento y comercialización en los mercados europeos.

PALABRAS CLAVE: Kaki, Rojo Brillante, Persimon®, Classic, Ribera del Xúquer.

El cultivo del caqui en Europa, Brasil y Estados Unidos fue introducido en el siglo XIX. La mayoría de las variedades de caqui que actualmente se están cultivando en el mundo, y concretamente en España, pertenecen a *Diospyros kaki* L. f. Gran parte proceden de Japón, donde el *Diospyros kaki* L. f. sufrió un notable proceso de mejora (Hernández, 1999).

Nuevos cultivares han surgido como mutaciones espontáneas, desarrollándose cultivares locales en todos los países donde el cultivo fue introducido. Por ejemplo, 'Kaki Tipo' en Italia, 'Rama Forte' en

Brasil, 'Rojo Brillante' en España son cultivares desarrollados a partir de mutaciones espontáneas (Badenes et al., 2003).

EVOLUCIÓN DEL CULTIVO EN ESPAÑA. IMPORTANCIA DEL CAQUI "ROJO BRILLANTE"

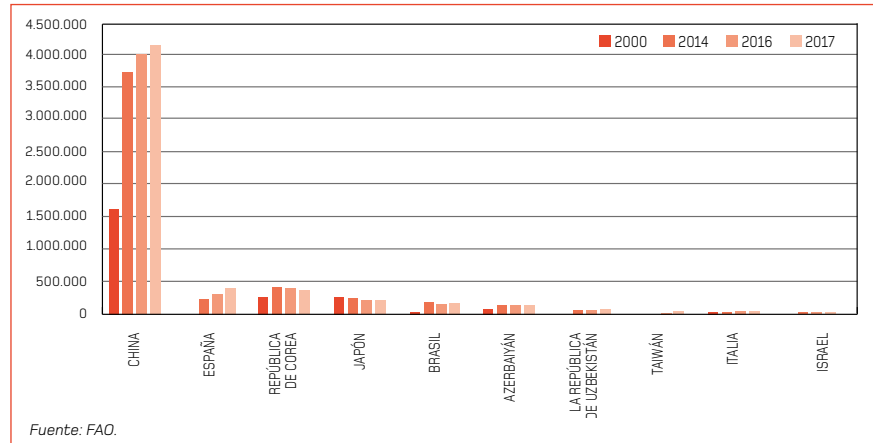
Si repasamos las principales cifras de los países productores en el mundo (Figura 1), y comparamos los datos de FAOSTAT de 2000 a 2017, comprobamos como China es el mayor productor mundial con diferencia con más de cuatro millones de toneladas. Su producción está basada en una gran cantidad de variedades con un bajo rendimiento, que se destinan tanto a consumo en fresco como para su industrialización, especialmente como caqui deshidratado (Zhang et al., 2009). A gran distancia de China, se encuentra España, segundo productor mundial y del que entraremos en detalle posteriormente. Corea y Japón, ambas caquiculturas basadas en variedades no astringentes, principalmente la variedad Fuyu, han disminuido sus producciones en los últimos años (Kono y Choi et al., 2016).

Les sigue Brasil, en la que existe una gran superficie de plantaciones con variedades astringentes locales, básicamente 'Rama Forte', 'Giombo' y 'Taubaté', aunque están ganando terreno las variedades no astringentes, principalmente destinadas a la exportación como es el caso de la variedad "Fuyu" (Neuwald et al., 2008) y algunas plantaciones de "Rojo Brillante".

La producción de caqui en Azerbaiyán ha experimentado un aumento en los últimos años, duplicando prácticamente su producción en la última década, basada principalmente en variedades locales astringentes, aunque también se están realizando plantaciones de "Rojo Brillante". Taiwán, presenta una estructura varietal muy similar a la de China, mientras que Italia, cuya producción está en descenso y casi centrada en la variedad local astringente 'Kaki Tipo', a pesar de que en los últimos años se han introducido variedades no astringentes, que han tenido poca repercusión comercial. En los últi-

GRÁFICO 1

Evolución de la producción mundial (Datos en toneladas)



mos años parece que las plantaciones de "Rojo Brillante" ganen interés y que la producción pueda aumentar considerablemente en los próximos años.

Entre los países productores de caqui también se encuentran Uzbekistán e Israel. En Uzbekistán la producción de caqui está basada en variedades locales astringentes, mientras que en el caso de Israel se centra en la variedad "Triumph", también astringente, que en los últimos años ha experimentado un incremento en su producción.

Israel expandió el cultivo de caqui en los años 70 con la introducción de tecnología postcosecha de eliminación de la astringencia, de conservación frigorífica y la educación del consumidor sobre la forma de consumir los frutos. En la ac-

tualidad, la producción es de 31.000 toneladas principalmente de la variedad astringente Triumph (90%), que se comercializa con los nombres de "Sharon" o "Sharoni" (Llácer y Badenes, 2001).

Turquía ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, comenzando plantaciones de caqui de variedades no astringentes japonesas "Fuyu", "Jiro" e "Izu" que están sustituyendo a las variedades tradicionales astringentes (Ercisli, S. And Akbulut, M., 2009; Cimen, 2016), así como también se esta introduciendo la variedad "Rojo Brillante".

En último lugar, Nueva Zelanda y Australia, presentan una caquicultura relativamente joven y basada en variedades no astringentes, principalmente 'Fuyu' y "Jiro" (D. Oag, 2016).

España, con la excepción de China, presenta el mayor incremento en la producción de caqui, con una producción actual que supera las 400.000 toneladas., lo que la convierte en el segundo país productor de caqui, crecimiento sustentado exclusivamente en la variedad “Rojo Brillante”

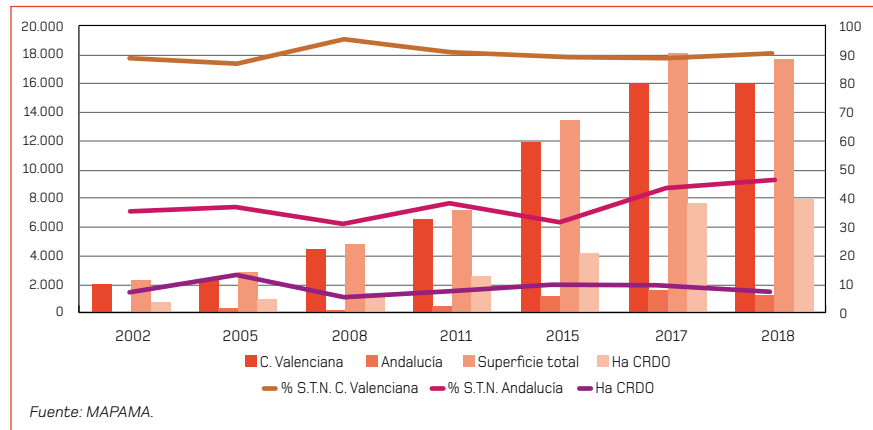
De acuerdo con estos datos, se comprueba que España, con la excepción de China, presenta el mayor incremento en la producción de caqui, con una producción actual que supera las 400.000 toneladas., lo que la convierte en el segundo país productor de caqui, crecimiento sustentado exclusivamente en la variedad “Rojo Brillante”.

En la Figura 2 se muestra la evolución de la superficie cultivada en las dos principales comunidades autónomas españolas productoras de caqui, la Comunidad Valenciana y Andalucía, ya que la superficie para el resto de las Comunidades Autónomas es prácticamente insignificante. Se presenta además la evolución de la superficie amparada por la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer (CRDO)

En menos de 20 años la superficie dedicada al cultivo del caqui se ha multiplicado por ocho, pasando de una superficie de algo más de 2.000 hectáreas a superar las 17.000. Es de destacar que este importante crecimiento se debe al incremento experimentado por la Comunidad Valenciana, en la que la superficie dedicada al cultivo de caqui ‘Rojo Brillante’ ha experimentado un progresivo aumento, con porcentajes que siempre se han situado entre el 80-95% de la superficie total nacional. La producción en Andalucía que anteriormente estaba centrada en la variedad ‘Triumph’, en los últimos años ha experimentado un importante crecimiento como consecuencia de las plantaciones realizadas con la variedad ‘Rojo Brillante’, estimándose una producción de 50.000 toneladas de “Rojo Brillante” y 15.000 toneladas de la variedad “Triumph” (F. Machuca, comunicación personal).

GRÁFICO 2

Evolución de la superficie del cultivo de caqui en España



Dado el éxito comercial que ha experimentado el cultivo, durante los últimos años se ha producido un crecimiento continuado de la superficie dedicada al cultivo del caqui basado en la variedad “Rojo Brillante”. De acuerdo con los datos de producción de planta de los viveros autorizados de la zona de la Ribera, se ha realizado una estimación de la producción para los próximos años, llegando a superar las 600.000 toneladas, que ha colocado a España desde hace años como el principal exportador mundial, dado que los grandes productores como China, Japón o Corea prácticamente dedican toda su producción al mercado interior.

EL CULTIVO DEL CAQUI EN ESPAÑA

En España el caqui es conocido desde antiguo en las regiones de clima templado: Cataluña, Andalucía y la Comunidad

Valenciana, donde era frecuente encontrarlo como árbol aislado en márgenes o junto a las edificaciones rurales. A mediados del siglo XX se comienzan a efectuar pequeñas plantaciones comerciales de caqui, con las variedades comunes: ‘Tomatero’ en la zona de Segorbe, ‘Picudo’ (‘Costata’) y ‘Cristalino’ en la comarca de la Ribera Alta, en Valencia. En esta comarca aparece en aquellas fechas la variedad Rojo Brillante que ha supuesto una verdadera revolución en el cultivo del caqui en la Comunidad Valenciana y a nivel comercial.

El origen del cultivar Rojo Brillante no está claro, pero la hipótesis más aceptada es la mutación de una yema del cultivar Cristalino, que se dio en dicha comarca. Algunos productores empezaron a cultivar esta nueva mutación y la llamaron ‘Rojo Gordo’, por su gran calibre, cultivándose con otras variedades durante años, aunque el cultivo del caqui

Tras una gran empresa,
están siempre
las personas.



En Anecoop somos productores y comercializamos nuestros productos.

Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa.

Este esfuerzo integrado nos ha consolidado como el primer productor

hortofrutícola español, con capacidad para ofrecer una amplia gama de frutas y hortalizas de origen nacional, durante los 12 meses del año.

El prestigio de una empresa se gana por la gente que está tras ella.

no estaba todavía desarrollado. Todavía existen algunos árboles aislados con más de 60 años y pequeñas plantaciones de 40-50 años. En los años 70, el Servicio de Extensión Agraria de Carlet realizó una prospección para seleccionar las mejores variedades. De dicha prospección, el 'Rojo Gordo' resultó presentar unas características sobresalientes, siendo renombrado como 'Rojo Brillante' (Llácer et al., 2008).

Tradicionalmente esta variedad se comercializaba y consumía tras ser sometidos a tratamientos postcosecha de sobremaduración que además de la eliminación de la astringencia provocan el ablandamiento del fruto hasta tener una consistencia blanda, gelatinosa y con una tonalidad roja intensa. Si bien era una fruta muy apreciada por sus consumidores, la dificultad que presenta la manipulación postcosecha de una fruta de muy baja firmeza, impidió su expansión comercial.

Esta situación experimenta un cambio radical cuando en el año 1997 el sector productor, apoyado por órganos oficiales de investigación, concretamente el IVIA (Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias), adopta y pone a punto la tecnología postcosecha de desastringencia basada en altas concentraciones de CO₂, que permite la eliminación de la astringencia manteniendo la firmeza del fruto; esta tecnología se estaba aplicando en variedades astringentes como la "Triumph" en Israel y Andalucía, y en otras variedades cultivadas en países asiáticos como Japón. La posibilidad de poder ofrecer un fruto de elevada firmeza, con mayor facilidad de manejo postcosecha abrió nuevas expectativas de comercialización del caqui a mercados lejanos y fue la base para el importante crecimiento que ha sufrido este cultivo en España en los últimos 20 años.

En la actualidad, la distribución varietal en España se asienta en el 'Rojo Brillante', con más de 400.000 toneladas, principalmente en la Comunidad Valenciana y la variedad Triumph con unas 15.000 toneladas, mayoritariamente cultivadas en Andalucía, aunque han crecido considerablemente las plantaciones de "Rojo Brillante". En una proporción muy peque-

En la actualidad, la distribución varietal en España se asienta en el 'Rojo Brillante', con más de 400.000 toneladas, principalmente en la Comunidad Valenciana y la variedad Triumph con unas 15.000 toneladas, mayoritariamente cultivadas en Andalucía, aunque han crecido considerablemente las plantaciones de "Rojo Brillante"

ña, se pueden encontrar plantaciones de variedades como 'Tonewase', 'Tomatero', 'Hachiya', 'Jiro', 'HanaFuyu' y 'Picudo', que por diferentes motivos no han presentado hasta el momento un elevado interés comercial, aunque en los últimos años se esta experimentando con nuevas variedades que puedan complementar el calendario actual basado en "Rojo Brillante", además de la búsqueda de nuevas variedades fruto de investigaciones tanto por parte de centros de investigación públicos como privados.

CLAVES DEL CRECIMIENTO DEL CULTIVO DEL CAQUI EN ESPAÑA

Hay dos claves básicas para entender el crecimiento del cultivo del caqui en España, por un lado, la puesta a punto de la técnica para eliminar la astringencia en

la variedad "Rojo Brillante" y por otra, la calidad intrínseca de la propia variedad.

La dificultad para comercializar las variedades astringentes ha residido siempre en que llegado el punto próximo al consumo la fruta es tan delicada y sensible al manejo dada su consistencia extremadamente blanda que dificulta enormemente su manejo comercial, además de una forma de consumo que también supone un freno para muchos consumidores. El cambio de forma de consumo tradicional de la variedad "Rojo Brillante" a una forma de consumo con carne firme y crujiente, igual al de variedades no astringentes como la variedad "Fuyu" ha sido sin lugar a duda la clave del éxito comercial de esta variedad.

En la Figura 3 se puede observar cual ha sido la evolución de las dos formas de consumo de la variedad "Rojo Brillante" desde que en 1998 se puso a punto la



GRÁFICO 3

Evolución de la forma de consumo entre la forma clásica (Kaki Classic) y la nueva forma de consumo de carne firme y sometida al proceso de eliminación de la astringencia (Kaki Persimon®)

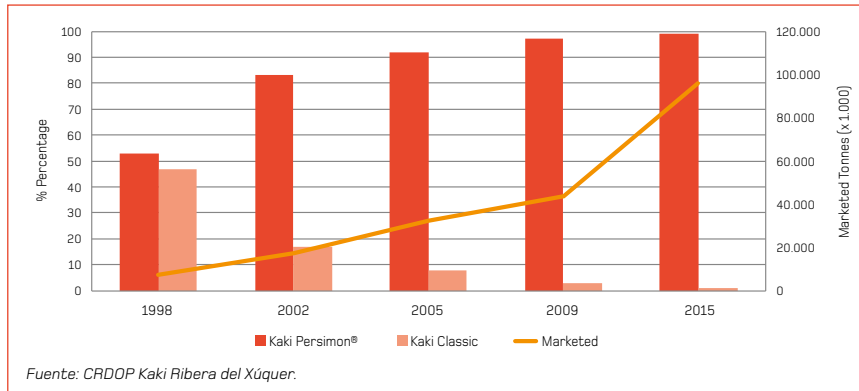


FIGURA 1

Imagen promocional en el año 2000 de las dos formas de consumo del caqui de la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer



técnica de eliminación de la astringencia y se empezó a comercializar tanto la forma tradicional de consumo, que comercialmente denominamos en la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer como “Kaki Classic”, como la nueva forma de consumo con carne firme que comercialmente denominamos “Kaki Persimon®”, marca registrada por la Denominación de Origen para su comercialización.

En la gráfica se observa que la producción comercializada se incrementa progresivamente desde el año 1998 con menos

de 8.000 toneladas a las más de 95.000 toneladas en 2015 por parte de la Denominación de Origen, lo que no incluye al resto de la producción nacional. Durante todo este periodo se observa como el porcentaje de “Kaki Persimon®” comercializado pasa de ser similar al del “Kaki Classic”, a ser prácticamente el 99% en 2015, lo que demuestra claramente que el crecimiento experimentado por el cultivo se asienta sobre esta forma de comercialización. De

hecho, en valores de comercialización, el “Kaki Classic” en 1998 suponía alrededor de 300 toneladas, mientras que en 2015 apenas alcanza las 500.

PERSIMON ¿VARIEDAD O MARCA?

Es importante detenerse en este aspecto dada la confusión existente. Como hemos explicado, el cultivo del caqui en España se ha basado en variedades astringentes, lo que suponía que su consumo básico era en su forma tradicional, es decir, con textura gelatinosa, color rojo y muy dulce. Con la introducción de la nueva forma de consumir la misma variedad “Rojo Brillante” de siempre, pero en su forma de carne firme y crujiente y de color anaranjado, se optó por introducir un nombre comercial que ayudara al consumidor a reconocer esta nueva forma de consumo, ya que para muchos consumidores su primer contacto con esta nueva forma de consumo les hacía pensar que era una fruta todavía verde, inmadura y que por lo tanto no estaba lista para su consumo.

Es por este motivo que el Consejo Regulador introdujo la marca comercial registrada “Persimon®” para ayudar al consumidor a distinguir esta nueva forma de consumo, basando todas las acciones promocionales en dicha marca. De hecho, la primera campaña promocional en el año 2000 (figura 4) mostraba las dos formas de consumo, con ambos nombres comerciales para ayudar al consumidor a distinguir las dos formas de consumo. Esta imagen con el paso de los años cedería todo el protagonismo al caqui “Persimon®”.

Al igual que en España, en países con conocimiento del caqui tradicional, como es el caso de Francia, la introducción de la nueva forma de consumo fue lenta en relación con la de otros mercados donde no se conocía apenas la fruta ya que en estos no se creaba confusión al respecto de su consumo. Países como Alemania aceptaron rápidamente el caqui “Persimon®” como una nueva fruta, lo que ayudó a la gran distribución a crecer rápidamente y convertirse en el principal destino del caqui español después del mercado nacio-

nal. Otro factor determinante fue sin duda la relación comercial existente entre el mercado alemán y nuestro sector, de una fuerte tradición e importancia.

Por otro lado, la calidad de la variedad “Rojo Brillante” ha sido sin lugar a duda otro factor determinante para su éxito comercial, con frutos de gran tamaño y excelente sabor (Giordani, 2001). En este sentido, hay que destacar que dentro de las actividades que desarrolla la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, se encuentran las actividades de promoción, y entre estas las degustaciones en puntos de venta, donde se testa la opinión del consumidor sobre el producto, con resultados muy positivos para aquellos consumidores que no conocían el producto.

En los test realizados en Reino Unido en 2013, al probar el caqui por primera vez, el 33% de los consumidores opinaron que la calidad de la fruta era “muy buena”, un 49% que era “buena”, un 16% que la consideraban “regular” y un 2% de consumidores a los que no les gusto. Esto significa que a un 82% de consumidores ingleses les gustaba el caqui. A aquellos que compraron caqui se les preguntaba el motivo de la compra, a lo que un 79% respondía que, por su sabor, y el resto por motivos como por estar en promoción, por compra impulso o porque ya conocían el producto. Cuando se les preguntaba sobre su intención de repetir la compra, un 88% señalaba que seguro o probablemente repetirían compra, por un 7% de consumidores que no estaban seguros y un 5% que señalaban que no lo comprarían. Resultados similares se extraen de los test de consumo realizados en países como Alemania, Francia o España, lo que indica que la percepción general del consumidor cuando prueba por primera vez el caqui, y concretamente la variedad “Rojo Brillante” en su forma de consumo de carne firme y sin astringencia es altamente positiva.

LA DISTRIBUCIÓN

Uno de los factores que también se han convertido en determinantes para el crecimiento del cultivo en España, ha



sido sin lugar a duda la relación con la distribución alimentaria europea. La Unión Europea es el principal destino de las frutas y verduras españolas (93% en 2018, según FEPEX). Las principales impulsoras del cultivo del caqui en España fueron las cooperativas de la zona de la Ribera Alta, en la provincia de Valencia, donde se concentra el cultivo del caqui y de la variedad “Rojo Brillante”, todas ellas de una gran tradición exportadora, tanto de cítricos, como de fruta de hueso, verduras o melones por citar algunos ejemplos. Además, la creación del “Grupo Persimon” por parte de Anecoop, cooperativa de segundo grado, y una de las más importantes comercializadoras de frutas y verduras en Europa, que agrupa hasta la fecha más del 45% de la producción española, facilitó enormemente la introducción del caqui en los lineales de Europa a pesar de los inconvenientes propios de tratar de introducir una fruta desconocida tanto para los consumidores como para la propia distribución.

En este sentido, en un estudio de mercado realizado por la Denominación de Origen en Alemania en 2015, solo uno de tres consumidores conocía el caqui. Igualmente, en España, en otro estudio de mercado realizado en 2016, el 60%

de los consumidores sabían que un caqui era una fruta, pero solo un 11% era capaz de relacionar la marca comercial de la Denominación de Origen “Persimon®” con el caqui, a pesar de que desde 1998 se llevan realizando campañas de promoción continuas en el mercado nacional.

De acuerdo con los datos de exportaciones a nivel mundial para el caqui, en 2017 para una producción mundial cercana a las 5.000.000 toneladas, solo se exportaron 431.000 toneladas, lo que significa un 7,54% de la producción mundial. Europa con una producción de 258.000 toneladas, importó 134.000 y exportó 165.000 toneladas. Excepto con los países de la antigua URSS, con una producción de 174.000 toneladas, unas importaciones de 166.000 y unas exportaciones de 89.000 toneladas, ambas son las únicas áreas donde se producen movimientos.

Asia, la principal zona productora del mundo, con una producción cercana a los 4 millones de toneladas, apenas importa 39.000 toneladas y solo exporta 48.000, al igual que el resto de áreas en el mundo. En este sentido, España exporta alrededor del 80% de la producción de caqui, principalmente al mercado europeo, situación que empieza realmente con el crecimiento de las ex-



portaciones de la variedad “Rojo Brillante”, ya que hasta el momento apenas se realizaban pequeñas importaciones de países como Brasil (Neuwald et al., 2008) o Israel.

El hecho de que el caqui sea un gran desconocido en el mercado europeo se demuestra en que a pesar del crecimiento que ha experimentado el cultivo en los últimos años especialmente en los mercados europeos, el consumo per cápita de caqui en Europa es todavía de 0,35 Kg/habitante, mientras que en los países de la antigua URSS es de 0,85 Kg/habitante y de 1,67 Kg/habitante en los países asiáticos. Si comparamos el consumo per cápita de caqui en Europa comparada con otras frutas según Freshfel (2015), hay un consumo per cápita de fruta de hueso de 14 Kg, 16 Kg/habitante para los cítricos y de 24 Kg/habitante para manzanas y peras, lo que demuestra que el consumo en el mercado europeo es relativamente muy bajo, lo que supone una oportunidad de crecimiento dado que existe un nicho de mercado que al mismo tiempo es un hándicap, dado que se ha tenido que invertir mucho tiempo y realizar importantes inversiones a nivel comercial y promocional para dar a conocer el caqui a los consumidores europeos.

LA CREACION Y ACTIVIDAD DEL CONSEJO REGULADOR DENOMINACION DE ORIGEN KAKI RIBERA DEL XÚQUER

En el año 1998 se creó la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, que desde sus inicios estuvo formada por el grupo de cooperativas y empresas impulsor del cultivo en la zona de la Ribera del Xúquer. La creación de la Denominación de Origen, figura de calidad protegida por la Unión Europea, con el objetivo de garantizar la procedencia de determinados productos con una calidad ligada al territorio donde son producidos, sirvió como nexo para que el sector se agrupara alrededor del mismo. Además de certificar el producto, la Denominación de Origen ha realizado un gran esfuerzo desde su creación en dar a conocer una fruta prácticamente desconocida para la mayor parte de los consumidores europeos. En ese sentido, la Denominación de Origen ha invertido más de 20 millones de euros (financiadas parcialmente por las diferentes administraciones y organismos públicos) desde su creación en campañas de promoción tanto en Europa como en otros países, como Canadá, Estados Unidos o Emiratos Árabes entre otros, además de trabajar en la mejora del cul-

tivo, tanto en los aspectos productivos como postcosecha y de comercialización. Actualmente más de 6.000 productores se encuentran asociados a la Denominación de Origen, lo que supone más del 40% de la producción española, y cuyo ámbito está restringido a dos comarcas en la provincia de Valencia. ■

Bibliografía

- BADENES, M.L., GARCÉS, A., MARTÍNEZ-CALVO, J., ROMERO, M., CLAVÉ, J., ROVIRA, M., LLÁCER, G. (2001). Genetic Diversity of persimmon accessions introduced and surveyed in Spain. In: First Mediterranean symposium on persimmon. Faenza (Italy), 23-24 November 2001, p. 71-74.
- CHOI, S.T., KIM, S.C., AHN, G.H., PARK, D.S., SON, J.Y. and KIM, E.S. (2018). Introduction to sweet persimmon industry and advances in cultural practices in the Republic of Korea. *Acta Hort.* 1195, 17-22
- CIMEN, B. Morphological characterization of local and global persimmon varieties and genotypes collected from Turkey. In VI International symposium on Persimmon. Valencia (Spain), 16-20 October 2016.
- ERCISLI, S and AKBULUT, M. (2009). Persimmon cultivation and genetic resources in turkey. *Acta Horticulturae*. 35-38. 10.17660/ActaHortic.2009.833.3.
- GIORDANI, E. Varietal assortment of persimmon in the countries of the Mediterranean area and genetic improvement. In: First Mediterranean symposium on persimmon. Faenza (Italy), 23-24 November 2001, p. 23-37.
- KONO, A. Current status of persimmon production in Japan. In VI International symposium on Persimmon. Valencia (Spain), 16-20 October 2016.
- LLÁCER, G., BADENES, M.L., Persimmon production and market. In: First Mediterranean symposium on persimmon. Faenza (Italy), 23-24 November 2001, p. 9-21.
- LLÁCER, G., BADENES, M.L. (2003). Situación actual de la producción de caqui en el mundo. *Comunitat Valenciana Agraria*, 22: 35-46.
- LLÁCER, G., MARTÍNEZ-CALVO, J., NAVAL, M., BADENES, M.L. (2008). From germplasm to fruit export: the case of “Rojo Brillante” persimmon. *Adv. Hort. Sci.*, 22(4): 281-285.
- NEUWALD, D.A., SESTARI, I., SAQUET, A.A., SAUTTER, C.K., Persimmon production and commercialization in Brazil: an Overview. Proc. IVrd International Symposium on Persimmon. 2008. Ed. Bellini, E. & Giordani, E. Italy. pp. 51-56.
- OAG, D. Monitoring and control strategies for mealybug of persimmon in Australia. In VI International symposium on Persimmon. Valencia (Spain), 16-20 October 2016.
- ZHANG, Q., GUO, D., LUO, Z., YANG, Y. (2009). Current progress on Industry and Science of Persimmon in China. *Proceeding of the IVth International Symposium on Persimmon. Acta Horticulturae* 833. pp. 25-30.

Plátano de Canarias, el primer sector en España en contar con la certificación de su huella de carbono hasta la distribución

Acredita un nivel mínimo 10 veces inferior al de su competencia directa, refuerza su calidad diferenciada en el mercado

Poner a disposición de los consumidores una identificación de la huella de carbono de los alimentos es una vía para retomar una alimentación más responsable con el medio ambiente y reforzar las ventajas de los productos de cercanía

La confianza y predilección de los españoles por el Plátano de Canarias, ha convertido a esta fruta en la preferida por más del 80% de los consumidores en su categoría frente a la banana de muy diferentes orígenes y su presencia en más de 16 millones de hogares en todo el país de forma regular durante todo el año atestigua esta preferencia.

Varios son los factores que han consolidado la demanda de esta fruta. Su principal fortaleza es el sabor pero éste deriva a su vez de varias condiciones, algunas de ellas relacionadas directamente con las prácticas responsables con el medio ambiente durante su proceso productivo. De hecho, el sector platanero canario se ha involucrado de manera tan directa con la protección del medioambiente que su compromiso le ha llevado a cultivar el plátano o banana más sostenible del mundo y aunque esto no ha implicado un mayor reconocimiento del producto como tal, de forma indirecta sí ha ayudado a consolidar su diferenciación así como su principal factor competitivo.

Con más de 8.000 hectáreas de superficie repartidas en seis islas y con 8.000 pequeños productores el sector ha puesto en marcha diferentes acciones encaminadas a fomentar la gestión sostenible de su sistema de producción alcanzando así a la globalidad de una producción caracterizada por técnicas tradicionales en la que apenas se contempla la mecanización.

En esta línea, se han alcanzado diversos hitos. Uno de ellos, la certificación de la huella de carbono del Plátano de Canarias “de cuna a tumba”. Es decir, desde su producción hasta su distribución y venta en la Península. Con esta acción, el sector platanero

canario fue, hace ya 6 años, el primer subsector primario en España en certificar la veracidad del cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero en el proceso de cultivo, procesamiento, distribución y maduración del producto. Una garantía añadida por la que el sector apostó para dar respuesta a una demanda futura de los consumidores, a la vez que una responsabilidad que obliga al sector a mejorar su sostenibilidad de forma constante.

El bajo impacto ambiental del cultivo del plátano en Canarias se ha puesto de manifiesto con un valor de huella de carbono



de 195,16 gramos de CO₂ por kilogramo de fruta, lo que lo sitúa en los niveles de mayor sostenibilidad acreditada de su categoría.

Las buenas prácticas de campo, a través de la conservación del suelo como recurso, así como el uso eficiente de los recursos y la gestión integrada de plagas han sido elementos clave para la obtención de dichos resultados que, a su vez, certifican que el cultivo tradicional que conlleva el plátano en Canarias tiene efectos muy positivos no sólo en su calidad sino también para su entorno. Un conjunto de medidas muy alejadas de la realidad de sus competidores internacionales marcada por constantes tratamientos fitosanitarios recurrentes y que se valen de sistemas de control muy alejados de los exigentes estándares europeos.

El proceso de certificación de la huella de carbono ha supuesto una oportunidad para trabajar en medidas coherentes a todos los niveles.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Desde hace varios años, la misión de proporcionar plátanos de la mayor calidad nutricional y sanitaria se ha visto reforzada con la implantación del Programa de autocontrol de residuos de fitosanitarios de ASPROCAN.

Este programa representa igualmente un modelo propio que en base a la organización del sector alcanza al 100% del sector de los productores de plátano.

Este Protocolo define unas líneas básicas de obligado cumplimiento para alcanzar un producto de calidad basado en la seguridad alimentaria del consumidor, la seguridad laboral de los trabajadores de campo y la protección medioambiental.

La Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias, a través de su Comité Técnico, ha desarrollado este protocolo de autocontrol de residuos fitosanitarios, que se lleva aplicando para el control de la seguridad alimentaria desde el año 2010.

INFORMACIÓN SOBRE EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE LOS ALIMENTOS

Ahora que la conciencia medioambiental es creciente, especialmente entre los más jóvenes, desde el sector del plátano se señala la importancia de informar públicamente de los niveles de Gases de Efecto Invernadero generados por todos los productos para mejorar la información al consumidor español.

La producción de alimentos está en el centro del debate sobre las emisiones de CO₂, incluyendo tanto el proceso de producción en sí, como el transporte hasta sus mercados de destino. Poner a disposición de los consumidores una identificación de la huella de carbono de los alimentos es también una vía para retomar una alimentación más responsable con el medio ambiente.

ASPROCAN viene trabajando en esta línea de forma activa, tanto en su labor de comunicación como a nivel institucional. ●