



capa  
agua

Pere Papasseit

## Cerezas, sabor y territorio

Hace pocos días, en una reunión vinculada al riego que duró la mañana y parte de la tarde, la comida se realizó en un restaurante de Almunia de Doña Godina, en plena zona de frutales de hueso de Aragón.

Las mesas ya dispuestas a nuestra llegada, tenían unos bonitos centros en que naranjas, limones y cerezas aportaban su colorido. Mientras esperábamos que sirvieran la comida, muchos nos animamos a probar las cerezas, que, por su tamaño, casi parecían ciruelas y constituían una tentación irresistible.

Y, más de uno nos regodeamos pensando en el sabroso postre que tendríamos, anunciado en el aperitivo.

Cuál no sería nuestra sorpresa cuando, a la hora de los postres, de cerezas... nada..., así como tampoco nada de fruta fresca. Sí un helado, muy rico, por cierto... pero nos quedamos con las ganas de paladear esa fruta que, para más inri, nos acompañó por la tarde en las visitas a las fincas y cuya frescura echamos en falta, ya en plena cáncula preveraniega.

Este tipo de situaciones es lamentablemente muy común; estar en un restaurante en pleno Torrepacheco, viendo los melonares maduros por la ventana... y que no exista esta fruta como postre. Es como si la restauración local se avergonzara de ofrecer productos que por ser del territorio y recolectados en su estación, se consiguen "por nada" simplemente comprándolos a los vecinos.

Qué tal si se invirtiera esta vergüenza y, por el contrario, se ofreciera el producto local, de estación, como el postre de mayor valor que es, un regalo al paladar? Un producto recogido en su punto y con una frescura máxima. Quizás con la complicidad de la hostelería local se pueda situar una imagen de calidad, igual en frutas como hortalizas, basada en el sabor para que supermercados e hipers trataran de imitar a la calidad que viene de origen.

El mercado europeo está a la espera de la llegada del kiwi Hongyang, presentado en el 2002 a la comunidad científica del kiwi en Wuchan, China. Esta nueva variedad de kiwi rojo chino atrae bastante al mercado europeo, que está deseoso de comercializar esta variedad producida exclusivamente en la región china de Sichuan. Se trata de un kiwi de pequeño tamaño, de piel lisa, carne verde y con un aro rojo en el centro. Es menos ácido que el tradiciones Hayward, tiene una alta composición en vitamina C y es mucho más dulce.

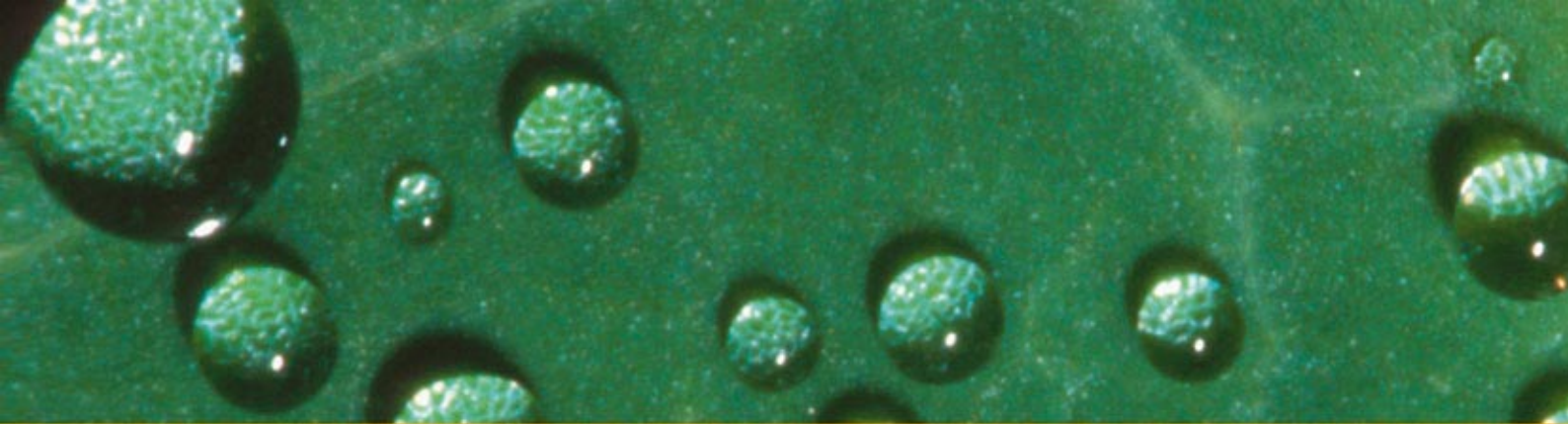
Actualmente, las empresas Sun Rising Development y Sinchuan Kangxin son los principales productores de este kiwi. El problema de la comercialización se debe a que la producción es muy reducida, ya que se estima en poco más de 2000 ha en toda China. Pese a todo, el kiwi rojo ya ha llegado a Alemania y a Holanda, donde los consumidores están dispuestos a pagar un elevado precio por esta especialidad. Pero se espera la verdadera penetración en el mercado se produzca, ya que se ha anunciado un aumento de la producción. Otros países como Nueva Zelanda trabajan en la creación de una variedad de similares características, pero aún no lo han conseguido.



## Junio fue el mes de la fruta

Empezó el calor y se disparó el consumo de las distintas frutas de temporada. Según el panel de consumidores de TNS Worldpanel, junio fue el mes de la fruta en general, y en particular de las cerezas. Entre junio y julio se realiza un 18% del negocio total, tanto en kilos como en facturación. En 2006, en estos dos meses se vendieron casi 700 millones de kilos de fruta, rozando los mil millones de euros de facturación. La fruta estuvo presente en más de 13 millones de hogares españoles, que compraron estos productos cada 8 días de media.

Entrando en detalle, junio es el mes de las cerezas. Este mes concentró el 50% de la facturación, comprándose más de 28,5 millones de kilos de cerezas. Junio fue el mes con más movimiento en los puntos de venta, ya que cada 15 días se repitió la visita para comprar esta fruta, llevándose más de 2 kilos por visita.



# Eficacia demostrable.



**Proyectos Integrales**

**Tratamiento de aguas**

**Climatización**

**Fertirrigación**

**Automatismos y sensores**



marco publicitario

Si necesita una organización absolutamente comprometida con sus clientes y con una demostrada filosofía y vocación de servicio, si busca a personas competentes que aporten soluciones en cada momento, si además cree que optimizando los esfuerzos se obtienen mejores resultados, y sobre todo, si entiende que un trabajo bien hecho es el resultado de una dilatada experiencia, RLM es su mejor socio en el campo.

Venga a conocernos, seamos socios y compartamos proyectos comunes.



> Riegos de Levante Murcia, S.L.  
> Tel. +34 968 17 30 54 • Fax: +34 968 17 32 86  
> [www.riegoslm.com](http://www.riegoslm.com) • e-mail: [rlm@riegoslm.com](mailto:rlm@riegoslm.com)



**RLM**  
The effective partner

# raici®



## Energía para la raíz

**JISA**®  
JILOCA  
INDUSTRIAL, S.A.  
*Agronutrientes*

OFICINA COMERCIAL:  
Cronista Carreres, 9, 6º H  
Tel. +34-96 351 79 01  
46003 Valencia -España

E-mail: [jisa@jisa.es](mailto:jisa@jisa.es)  
Web: <http://www.jisa.es>

