

EL CAQUI: UN FUTURO INCIERTO

ARMANDO CARBO GOMEZ

MOTIVO DEL ARTICULO

Por ser Segorbe una de las zonas pioneras del lanzamiento comercial del caqui en España, desde hace algunos años, en la Agencia de Extensión Agraria se reciben numerosas consultas desde diversos puntos de nuestra geografía, bien de agricultores directamente, bien a través de compañeros de otras agencias, que están interesados en realizar nuevas plantaciones. Observando la marcha de mercados en las últimas campañas podemos constatar cómo se ha pasado de una alegría compradora inusitada, con precios superiores durante su campaña a los de otras fru-

el mundo del caqui y, si no se abren nuevos mercados distintos a los habituales, vemos en grave peligro el futuro de esta fruta que, en la comarca del Alto Palancia, sobre todo en Segorbe y en algunos pueblos limítrofes y en pocos años, ha pasado a ser la principal producción de sus regadíos.

MOMENTO DE ARRANQUE

Hasta hace pocos años el caqui era una fruta de autoconsumo. En las casas de campo y en las tierras de cultivo se encontraban desperdigados los árboles, consumiéndose los frutos cuando estaban bien maduros

COMPOSICION NUTRITIVA DE ALGUNOS FRUTOS

	En g/100 g				En mg/100 g								En Unidades Internac. U.I./100g	En mg/100 g			
	Agua	Calorías	Proteínas	Grasa	Carbohidratos	Calcio	Fósforo	Hierro	Sodio	Potasio	Retinina A	Tiamina		Ribofl. Vena	Vit. C	Acido ascórbico	
Persimons japonese o. kaki	78.6	77	0.7	0.4	19.7	1.6	0.6	6	26	0.3	6	124	2710	3.03	0.02	0.1	11
Naranja	86	49	1.0	0.2	12.2	0.5	0.6	41	20	0.4	1	200	200	0.1	0.04	0.4	50
Melocotón	89.1	38	0.6	0.1	9.7	0.6	0.5	9	19	0.5	1	202	1330	2.02	0.05	1.0	7
Pera	83.2	61	0.7	0.4	15.3	1.2	0.8	8	11	0.3	2	130	20	0.02	0.04	0.1	4
Hazana	84.8	56	0.2	0.6	14.1	1.5	0.3	0.7	10	0.3	1	110	90	2.03	0.02	0.1	4
Piña	85.3	52	0.4	0.2	13.7	0.3	0.17	17	8	0.5	1	146	70	2.09	0.03	0.2	17

Composition of Foods Agriculture Handbook n° 8. Agricultural Research Service, United States Department of Agriculture, Octubre (1975)

tas tradicionales, a una "pesadez" cada año más acusada, conforme aumenta rápidamente la oferta al entrar en producción las numerosas plantaciones que se vienen efectuando en los últimos años, sin que corresponda al aumento de producción otro semejante y proporcional de la demanda.

Esta situación nos viene preocupando a todos los relacionados con

para evitar su típica aspereza, producida por los taninos que contiene. En estas condiciones era imposible su comercialización, pues no podía aguantar ningún tipo de manipulación y transporte.

A principios de la década de los 70 empieza la comercialización del caqui, al responder la fruta, si se recolecta cuando empieza a entrar en color, a los sistemas de desverdiza-

ción, como sucede con otras frutas. Con ello se puede presentar en el mercado en buen estado, terso y a la vez sin aspereza y, aunque su dulzor no es tan intenso como el de un fruto madurado naturalmente, casi es una ventaja, porque, al ser de por sí excesivamente azucarado, no resulta de este modo tan empalagoso para buen número de paladares.

*Los comerciantes particulares fueron los primeros en utilizar el sistema, en un principio con métodos caseros y prohibidos, como es el empleo del carburo. Empezaron a comprar a buenos precios los caquis para desverdizar. Ello dio pie a plantaciones regulares de este árbol frutal, lo que resultó muy halagüeño para el agricultor, tanto más cuanto que no tenía, hasta entonces, otra plaga importante que la **ceratitis capitata**, conocida por mosca de las frutas. Esta plaga también resultó fácil de combatir, ya que el **Servicio de Plagas** vie-*

ne suministrando mosqueros y productos para el tratamiento cebo, por lo que no se precisa de una pulverización frecuente de los huertos, como sucede en otros frutales.

Posteriormente, las cooperativas se lanzaron también a desverdizar el caqui empleando medios más seguros y controlados, como la utilización del etileno en cámaras.

SITUACION ACTUAL: PRODUCCION Y COMERCIO

Se vienen realizando plantaciones de caqui por todas las zonas del área mediterránea española, destacando tres focos principales: Segorbe (Castellón), Carlet (Valencia) y Granada con sus localidades limítrofes. Ciframos la producción actual en 3.000 Tm. En pocos años se pasará fácilmente a un volumen triple del actual, lo que puede saturar los mercados tradicionales, centrados, hasta la fecha, casi exclusivamente en la costa medite-



El caqui al tiempo de la recolección

rránea: Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca, Málaga, Granada, Sevilla y, últimamente, Madrid. Acuden estas zonas a los mercados con tres variedades típicas de cada una de ellas: el **Tomatero** de Segorbe, el **Picudo** de Carlet y el **Gordo** de Granada.

Los comerciantes particulares y, sobre todo, las cooperativas, tratan de abrirse paso en nuevos mercados. A veces han enviado caquis aprovechando el transporte de otras frutas y hortalizas al norte de la península, sin resultados satisfactorios hasta el momento, tal vez por no existir tradición en el consumo de esta fruta. Se desconoce e incluso no se sabe cómo manejarla. Según algunas opiniones, en estas zonas septentrionales no gustan de frutas tan azucaradas. Yo me inclino a pensar que la propaganda no les llega con fuerza suficiente para animarles al consumo, a pesar de que hoy en día la oferta de la fruta en envases de una sola capa de frutos con buena presentación, apariencia y calidad homogénea que brindan las cooperativas, hace el fruto bastante atractivo, aunque, indiscutiblemente, pueda mejorarse.

MIRANDO A EUROPA

Se han llevado a cabo algunos tímidos intentos de exportación de caqui a la Europa Comunitaria con nulos resultados. El principal exportador de caquis a Europa es Italia que cuenta con una producción de alrededor de 60.000 Tm. y solamente exporta un 10 %, sobre todo a Francia, Alemania y Suiza, con escaso aumento en los últimos años. Aún en este caso, los principales consumidores son los europeos meridionales emigrados a estos países (italianos, españoles, portugueses, etc.). Los precios que alcanzan son inferiores a los conseguidos en el mercado interior. Son



Presentación y comercialización de caquis en la Cooperativa de Segorbe.

preferidos a las muestras que nuestro país ha enviado, debido exclusivamente a su mayor tamaño, aunque nosotros solemos tener un adelanto de unos quince días al principio de la campaña. Todos estos datos nos dan a entender que los centro y norteeuropeos, como sucede con nuestros compatriotas del norte, no son partidarios de consumir frutos tan dulces.

Otro país que exporta caquis a Europa Occidental es Israel, donde se cultivan variedades siempre dulces aunque no hayan entrado en el período de maduración, variedades



Clasificación del caqui en la Cooperativa de Segorbe

que nosotros llamamos **caqui-manzana**. Estas variedades se encuentran muy difundidas en Japón, principal país productor de caquis. Allí, esta fruta viene a ser lo que la manzana para Europa Occidental. Este tipo de caqui tiene la ventaja de que, además de permitir su consumo pelándose como si fuese una manzana, pero o naranja, se puede utilizar en ensaladas, compotas, etc. Las exportaciones se realizan en épocas distintas a las nuestras, debido a las variedades y a las condiciones de clima muy diferentes.

En Italia, la variedad más generalizada es la denominada allí **caqui-tipo**. Se trata de un fruto intermedio entre el nuestro y el caqui siempre dulce, cuya peculiaridad reside en que si está sexualmente fecundado, esto es, si tiene semillas, es dulce y si no las tiene (fecundación partenocárpica), es astringente. Ahora se están ensayando en su zona productiva

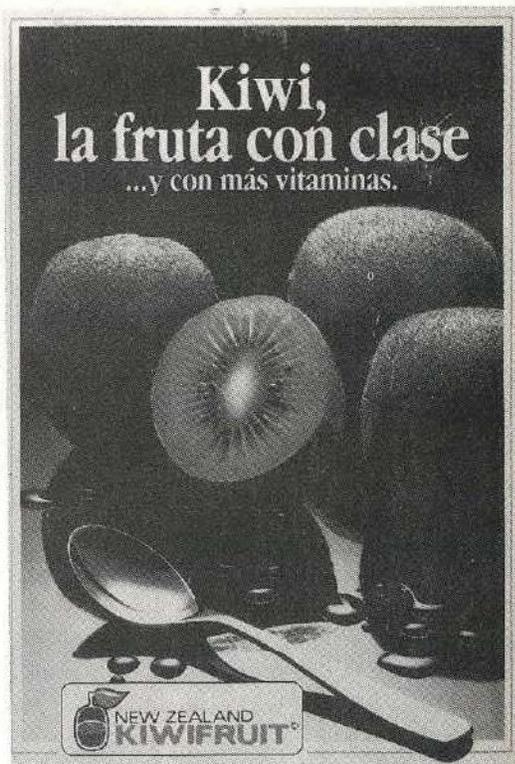
más adelantada —la Emilia Romana—, variedades de **caqui-manzana**, destacando la variedad **Hana Fuyu** y variedades siempre astringentes, como las nuestras, procedentes de California, destacando por su tamaño la **Hanchiya**. Esta variedad es la que ocupa la gran mayoría de las plantaciones de este estado americano donde, curiosamente, no se practica la desverdización y el ama de casa compra en el mercado la fruta al inicio del color y la va consumiendo según madura, utilizando para su conservación las grandes cámaras frigoríficas que allí poseen para guardar las compras que realizan de forma voluminosa pero espaciadamente.

EL FUTURO

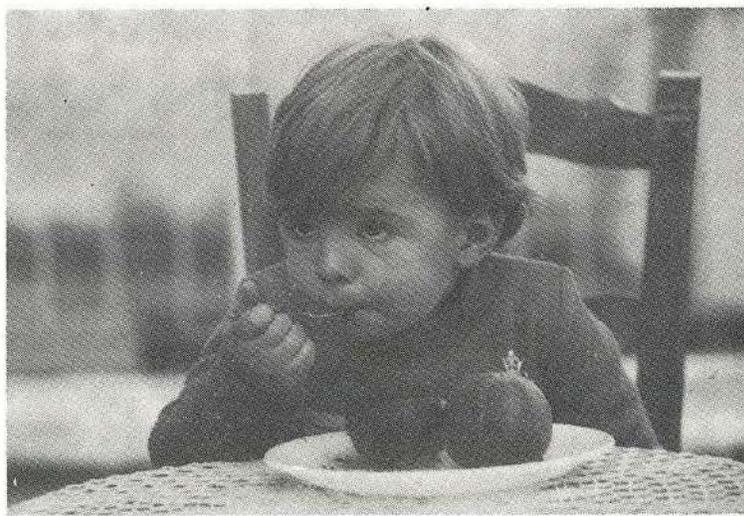
Por todo lo expuesto hemos titulado el artículo como **futuro incierto del caqui**. Nosotros aconsejamos que, en vista de una saturación de mercado, se realicen las plantaciones



Prospecto propagandístico del caqui de Israel. Incluye diversas sugerencias y recetas para un consumo más variado y grato del caqui



Prospecto propagandístico del Kiwi de Nueva Zelanda, que incluye también diversas sugerencias



Propuestas del autor sobre propaganda para el consumo del caqui

con mesura, al ritmo que permita la apertura de nuevos mercados, cosa difícil de vislumbrar actualmente. El esfuerzo debe dirigirse preferentemente a este cometido. Para ello sería interesante realizar campañas de propaganda en los mercados, a base de carteles y folletos en los envases, destacando las cualidades del caqui como fruto rico en calorías, en fósforo y en vitamina A y, sobre todo, en la forma más adecuada de consumirlo con cuchillo y cucharilla como si fuese un chirimoyo o un aguacate. A la vez habría de conseguirse una presentación más atractiva. Esto, unido a un cultivo adecuado para lograr mayor tamaño de nuestro caqui, sería fundamental en esta lucha por nuevos cauces y perspectivas, sobre to-

do en el mercado interior, donde el consumo es más de quince veces menor que en Italia, país muy semejante al nuestro, aunque con mayor población.

Considero que la propaganda debe ser nuestro caballo de batalla en esta lucha. Esto no quiere decir que se abandonen otras líneas complementarias como pueden ser la introducción de nuevas variedades, sobre todo la **Hachiya** de California como caqui dulce sólo en la maduración, similar al nuestro, o variedades siempre dulces como la **Hana Fuyu** ya citada. Igualmente deben realizarse ensayos de industrialización del caqui, continuando los ya realizados, tales como desecado y mermeladas.



Mermelada de caqui. Como otras frutas, el caqui admite diversas formas de conservación y consumo que deberían estudiarse para su mejor comercialización

FUENTES DE INFORMACION

- BELLINI, Emilio y RAGAZZINI, Domenico: *Kaki*. Comunicación presentada en la Jornada sobre "Nuevo avance de la mejora italiana en fruticultura". Ferrara, 1983.
- MORETTINI, A. *Il kaki*. Segunda edición, 1969.
- ZANUTTO, I.: *La maduración artificial del kaki*. "L'informatore agrario", 1957.
- CARBO GOMEZ; Armando y VIDAL MARCO, Orenco: *El caqui*. Hojas Divulgadoras. Ministerio de Agricultura, 7-76.
- — • — •
- COOPERATIVA AGRICOLA SAN ISIDRO LABRADOR. Segorbe (Castellón).
- COOPERATIVA AGRICOLA SAGRADO CORAZON. Altura (Castellón).
- EQUIPO TECNICO del Servicio de Extensión Agraria. Centro Regional de Moncada (Valencia). Consellería de Agricultura.
- JOSE LUIS BENEDICTO. Ingeniero Agrónomo del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (I.V.I.A.). Moncada (Valencia).
- MANUEL MARQUES NAVARRETE. Agencia de Extensión Agraria. Carlet (Valencia). Consellería de Agricultura.
- FEDERACION NACIONAL DE COOPERTIVAS HORTOFRUTICOLAS Y AGRIOS. Via Torino, 7. 00184 ROMA (Italia).
- DIFUSION DEL CAQUI EN CALIFORNIA. Universidad de California.