Juan José de Dios, director de Tango Fruit:

"Aspiramos a vender mandarinas Tango durante 10 meses al año en 2022 o 2023"

La mandarina Tango se ha convertido en una de las grandes protagonistas del segmento de la fruta club en la segunda parte de la campaña citrícola. Además de conquistar a cada vez más consumidores por sus propiedades organolépticas, la variedad ofrece una elevada rentabilidad a los productores, ya que su precio en origen llega incluso a triplicar el de otras mandarinas.

“Desde el principio nuestro objetivo ha sido estar en el segmento *premium* con un producto diferencial al carecer de semillas ni utilizar productos químicos en las plantaciones”, explica a *ABC* Juan José de Dios, director de la empresa Tango Fruit. “En cuanto a nuestro modelo de trabajo, no consideramos que las producciones del hemisferio Sur y del hemisferio Norte sean competidoras, lo que nos permite satisfacer la demanda de la distribución moderna, que pide un suministro regular, continuado y de calidad”.

De hecho, la firma propiedad del grupo cordobés Eurosemillas, que exporta el 80% de sus producciones, espera poder comercializar mandarinas Tango durante 10 meses en 2022 o 2023. “Este año prevemos comercializar desde España unas 90.000 toneladas. A esa cantidad se suman otras 15.000 toneladas que obtenemos en la cuenca del Mediterráneo, principalmente en Italia, en Turquía y en Egipto. Andalucía representa en torno al 40% de todo este volumen, siendo las provincias de Huelva y Sevilla las que más fruta nos suministran”, indica Juan José.

Grandes alianzas

A principios de 2020, Tango Fruit firmó un acuerdo con la cadena italiana Spreafico para la distribución exclusiva de esta mandarina protegida en Italia, así como con Lidl. “Spreafico nos ha permitido desembarcar con mucha fuerza en el mercado italiano. Es uno de los principales operadores hortofrutícolas de ese país con una facturación anual de entre 350 y 400 millones de euros. Están muy

presentes en los canales de ventas *premium*. Este acuerdo nos va a permitir aumentar nuestros niveles de comercialización de una forma muy importante este año", subraya.

"El acuerdo con Lidl consiste en unas pruebas para vender nuestros productos en sus supermercados ubicados en España. Los resultados han sido muy satisfactorios. Este año repetiremos con un mayor volumen de productos. Además, trabajamos en abrir otros mercados a través de alianzas con grandes operadores. Estamos a punto de cerrar un acuerdo con una gran cadena europea", adelanta el director de Tango Fruit.

Fuente: sevilla.abc.es (https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-juan-jose-dios-director-tango-fruit-aspiramos-vender-mandarinas-10-meses-2022-0-2203-202101241929_noticia.html)

Fecha de publicación: ma. 26 ene. 2021