

JESUS GARCÍA / Gerente de Grupo "La Caña"

"La chirimoya comienza a salir del exclusivo mercado nacional para expandir su sabor a Europa"

► CIA. GRANADA.

Valencia Fruits. ¿Qué balance hace de la pasada campaña?

Jesús García. La verdad es que, en general, los resultados fueron buenos. Las dos empresas del grupo 'La Caña', Eurocastell, S.A.T. y Miguel García Sánchez, ubicadas en Castell de Ferro y Puntalón, respectivamente, cerraron el ejercicio anterior sumando más de 80 millones de kilos comercializados y 65 millones de euros facturados, y los contratos de trabajo con los clientes europeos siguen aumentando. Todo esto sin olvidar que, entre las dos empresas, se suman más de 500 puestos de trabajo directos que repercuten directamente en la economía de la costa de Granada.

VF. ¿Cómo afrontan la que acaba de comenzar?

JG. La afrontamos con ilusión, optimismo y ganas de aportar nuestro grano de arena para ayudar a remontar la situación económica general. Para ello, queremos dar un nuevo salto amparado en la revolución tecnológica que están viviendo las empresas del sector. Pero, en lo estrictamente productivo, creo que habrá una buena campaña si se mantienen las circunstancias con la que ésta ha arrancado y que, en el caso del tomate cherry ha elevado su precio tanto como para ser optimistas a corto y medio plazo. Estoy seguro de que será un año muy interesante siempre y cuando no se produzcan vaivenes bruscos en el mercado, ni por el clima, ni por las plagas.

VF. ¿Qué novedades han introducido este año?

JG. Como decía, y en aras a esas perspectivas que han de ser necesariamente buenas, estamos trabajando mucho en la mejora de la productividad de las instalaciones y en proyectos de I+D que nos harán mucho más eficientes; de hecho, este mismo verano hemos implantado la robotización de varias de sus de trabajo y el destriado automático en almacenes.

VF. ¿Han detectado cambios en la tendencia del consumo de chirimoya?

JG. Afortunadamente, la chirimoya comienza a salir de su exclusivo mercado nacional para expandir su sabor por Europa. Va a costar mucho trabajo, sí, pues no tiene el terreno ganado



Jesús García dice que la chirimoya comienza a salir del mercado nacional. / CIA

y abonado como el aguacate y máximo cuando sobre la fruta más tropical penden todos los handicap posibles. La incidencia de la mosca de la fruta; una oferta dispersa, la corta vida comercial del fruto, concentración de oferta entre los meses de octubre y noviembre son el cúmulo de circunstancias que, al unísono, han provocado que la superficie de cultivo de la chirimoya de la costa tropical haya disminuido en los últimos años alrededor y que este subsector no termine de dar el salto al exterior. Hay que conquistar el mercado europeo y yo confío en que habrá una evolución muy positiva en este sentido.

VF. ¿Cómo está afectando la crisis al sector productor y comercializador de tropicales?

JG. En general, todos sufrimos los efectos de la crisis. Si bien es cierto que, en esta zona, es precisamente la agricultura —tan denostada en otras épocas— la que ha impedido una debacle económica y la que sostiene la economía de más de veinte mil familias en toda la costa Tropical. Más a ras de suelo, sí tenemos que observar datos como el de los costes de producción, que están condicionando notablemente la producción en las fincas. Esto lleva a seguir optimizando el trabajo en campo.

VF. ¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en el mercado internacional?

JG. En nuestros días, nuestras dos empresas extienden sus redes comerciales por la totalidad del continente europeo; habiendo consolidado su estructura de distribución en los paí-

ses más tradicionales del marco comunitario al tiempo que se han abierto importantes mercados en los estados comercialmente 'emergentes' de la Europa del Este. Problemas... Todos y ninguno, pues ahí está la presión de países del norte de África, sin embargo la marca 'La Caña' es un símbolo de la excelencia productiva de la zona y sus hortalizas y frutas tropicales se pueden adquirir por el consumidor en los estantes de las principales firmas de distribución, supermercados y grandes superficies de España y resto de Europa. Con esa credencial de la 'calidad' salimos a luchar al mercado y, en ese marco, seguimos avanzando.

VF. En el cultivo, ¿cuál es la situación actual?

JG. La importancia de los subtropicales dentro de la oferta comercial de la costa es indiscutible y un hecho de presente y futuro. El grupo 'La Caña' sustenta su oferta comercial en esa dualidad 'hortícolas-subtropicales'. Sin embargo, cultivos tan exclusivos de la zona como el mango están perdiendo un protagonismo que debería exhibir sin complejos la costa de Granada. De hecho, Málaga se aprovecha claramente de este fruto y es una pena que zonas productivas como la de Motril no puedan incrementar sus plantíos de mango por falta de agua; yo entiendo que es urgente que se extiendan las canalizaciones de la presa de Rules y que éstas lleven agua a la cota 300 y que esas zonas se conviertan en un verdadero vergel verde tropical y productivo.



La firma está trabajando en la mejora de su productividad. / CIA

"La Caña" facilita las gestiones on-line a sus agricultores

La empresa hortofrutícola Miguel García Sánchez e Hijos, perteneciente al grupo La Caña, acaba de poner a disposición de los agricultores un acceso en su Web para que éstos puedan agilizar sus gestiones diarias. De esta forma, con sólo activar el servicio de forma individual, los productores podrán consultar sus saldos de envases y contables; los precios diarios noticias cursos de formación; avisos; o las estadísticas de producción de campaña entre otros. Además, "posibilitará descargar todo tipo de documentos e informes que sean de especial utilidad a los productores, para conocer las últimas novedades técnicas en materia de cultivos, lucha contra plagas,

medidas culturales", apuntan desde el grupo.

Para Jesús García, gerente de la empresa, el objetivo es muy claro, "mejorar nuestra comunicación, nuestra relación con los productores, clientes, y trabajadores; en este sentido, la empresa ha querido dar un paso más para hacer más rentable y eficaz el esfuerzo y trabajo de todos".

En esta apuesta por las nuevas tecnologías, el grupo acaba de firmar un convenio con BBVA, a través de cual, se facilitará a todos los agricultores que trabajan con Miguel García Sánchez e Hijos, obtener un ordenador si contratan antes de que finalice el presente año, una 'agrocuenta' o agrocuenta de crédito, un seguro ILT, la tarjeta Visa Agrocoop y un plan de pensiones.



Buscan mejorar la comunicación con productores, clientes y trabajadores. / CIA



VIVEROS BROKAW ESPAÑA

Las mejores plantas de AGUACATES, MANGOS, LITCHIS, CHIRIMOYAS y otros frutales tropicales

Comercial: ANTONIO GUIRADO • Tel.: 629 543 355
Oficinas: Tel.: 952 030 362 • Fax: 952 500 980
Correo: Apartado, 87 • VELEZ MALAGA • 29700 MALAGA
www.viverosbrokaw.com

