

HANS STUDACH / Director gerente de Primaco

“La campaña de cítricos ha empezado bien, con una buena demanda”

► MAR. REDACCIÓN.

Según explica el director gerente de la firma suiza Primaco, este año la campaña de cítricos en su país ha empezado muy bien, con una demanda fluida impulsada por las bajas temperaturas que está sufriendo el país. Hans Studach también comenta lo satisfechos que están con su nueva oficina en Perpignan, que cumple un año de su apertura.

Valencia Fruits. ¿Qué tal está funcionando la campaña de cítricos con España?

Hans Studach. La campaña de cítricos ha empezado bien. Parece que hay más género disponible que el año pasado. En el mes de octubre hubo problemas con la lluvia que nos daban un poco de miedo pero, por suerte, no ha influido tanto en la calidad de los cítricos. Tenemos que tocar madera pero, por ahora, los problemas de calidad de los que nos habían avisado no han sido tan graves.

Es cierto que los calibres se han visto afectados, ya que no hay tanto calibre grande como en otras ocasiones, pero la calidad es buena. Con el frío que ha hecho, y que todavía hace, la fruta tiene un buen color y una fuerza y un sabor excepcionales, así nos lo han transmitido nuestros clientes.



Studach señala que el consumo de cítricos en Suiza está muy animado. / ARCHIVO

Además, el consumo está muy animado. En Suiza está nevando y las temperaturas son muy bajas. El día 6 de diciembre se celebra San Nicolás, que este año cae en sábado, y que también nos ayuda porque hay más demanda. La tradición suiza dice que San Nicolás traía cacahuets, mandarinas y algunos higos secos y dátiles. Si bien es cierto que hoy en día no se sigue la costumbre tanto como antes, sí se nota en un aumento en el consumo y en el interés por los cítricos, si a esto añadimos la nieve y el frío, la gente se resfría y todavía se consume más.

● “Abrir una oficina en Perpignan fue una decisión muy buena. Va muy bien”

VF. ¿Y respecto a otros productos?

HS. La situación para la lechuga Iceberg y el tomate español es un poco más complicada. Parece ser que el mal tiempo del mes de octubre ha hecho algo de daño; falta lechuga y los proveedores que podrían venderla ahora cara en el mercado en fresco, la tienen que desviar a industria por los contratos que han firmado previamente. No pueden aprovechar los beneficios que obtendrían ahora del mercado en fresco.

Desde siempre, Primaco ha trabajado la lechuga sólo desde España, pero en los últimos años están tan baratas y tan mal pagadas que se ha ido perdiendo el interés por plantarlas.

Por el contrario, el kaki Perisimon cada año va a más.

VF. ¿Se puede hacer ya balance de la nueva oficina que abrieron en Perpignan hace un año?

HS. Abrir una oficina en Perpignan fue una decisión muy

buena. Va muy bien. Hemos intentado ofrecer a nuestros clientes un mejor servicio en el sentido de más producto y más control de calidad. Lo hemos conseguido pero seguimos trabajando en ello. Hemos llegado donde queríamos e intentaremos continuar por la misma línea.

VF. ¿Qué opina de los esfuerzos que se están realizando por una agricultura más ‘limpia’?

HS. La agricultura española está reconociendo una tendencia y actuando en consecuencia. Los requerimientos de las grandes superficies y los ‘discounter’s son tan estrictos que hoy en día nadie se puede permitir el lujo de tratar su mercancía con productos que no sean adecuados. Pienso que estos esfuerzos que se están haciendo —sobre todo en Murcia y Andalucía— harán que todos nos beneficiemos ya que tendremos un producto sano y bueno al 100%. En general, estos esfuerzos que se hacen por una agricultura ‘limpia’ valen la pena y son interesantes. Ya no se pueden vender cosas raras.

VF. ¿Han notado un retroceso en los consumos a causa de la crisis?

HS. La crisis todavía no se está notando pero es indudable que si es tan grave como se vaticina a todos nos afectará en mayor o menor grado. Lo que hay que reconocer es que, respecto a los productos estándar, en los supermercados, en los supermercados... etc., estamos inmersos desde hace años en una batalla de precios, así que eso no puede ir a peor. Lo único en lo que se podría notar es en las cantidades; es decir que en lugar de comprar dos kilos de mandarinas el ama de casa compre uno y medio.

Donde sí puede afectar la crisis a nuestro negocio es, por ejemplo con los productos que se salen de la norma, de fuera de estación, más especiales y caros. En los productos de todos los días tenemos ya la costumbre de calcular y venderlos como si estuviésemos en una crisis desde hace ya 10 años.

Mejorar la rentabilidad del sector agrícola suizo

► M. MANJAVACAS. MADRID. La política agrícola suiza tiene un objetivo claro: mejorar la competitividad del sector agroalimentario porque la rentabilidad de los cultivos es baja. Ni siquiera la ganadería escapa a la situación de poco rendimiento.

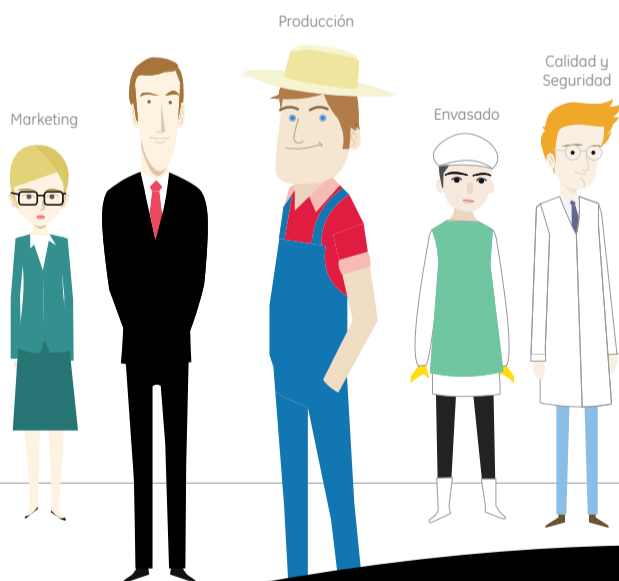
Los tres indicadores claves: rentas de trabajo por unidad de mano de obra familiar; rentabilidad del capital y rendimiento de los factores de producción, muestran una situación económica de la agricultura difícil y poco satisfactoria.

La renta de trabajo por unidad de mano de obra (familiar) se estima en 36.700 francos suizos y está bastante alejada de las rentas medias de otros sectores. De hecho, el 90% de las explotaciones tiene una renta de trabajo inferior a la media nacional suiza; el 73% de las explotaciones presentan rendimientos de capital negativo y sólo el 13% consigue remuneraciones iguales o mejores que en otros sectores.

Para la Unión Suiza de Agricultores, conviene dar prioridad a 4 elementos para garantizar la actividad del sector: focalizar la política agrícola 2011 hacia los problemas reales; aprobar normativas que refuerzan las estructuras; aplicar una política regional eficaz y liberalizar los mercados agrícolas, pero con prudencia.

De momento, el gobierno suizo acaba de aprobar un paquete de ayuda de 600 millones de francos destinado a las pymes para hacer frente a la crisis financiera internacional. El programa beneficiará a unas 650 compañías, entre las que figuran las dedicadas a la agroalimentación.

Trabajo en equipo
Temporada 2008



serrano
molto

Frutas y Verduras
de España



ISO 22.000: 2005
N° ES07/4615

www.serranomolto.com
fsm@serranomolto.com
+34 96 383 20 22

AGROVERD
Hortalizas con todo el sabor del Mediterráneo

cmi
certification
GLOBALG.A.P.
034/340/1/V405

Tradición, compromiso con el medio ambiente y calidad, son atributos de Vicente Ávila, S.L., una empresa española dedicada por generaciones a la producción de hortalizas. Especializados en brassicas, puerros, escarolas y lechugas.

Pda. Foyes, s/n. Apdo. Correos 105 • 12580 BENICARLÓ (Castellón) • Tel-Fax 964 76 51 11 • agroverd@hotmail.com