

CARLOS SANCHO / Director comercial Madremia S.L.

“Los mercados demandan y valoran la calidad y una alimentación aún más sana en tiempos de pandemia”

Madremia SL es una empresa que se dedica a la producción y comercialización al por mayor de frutas y verduras, su principal línea de negocio son los cítricos y el kaki, que son producidos en gran medida por las más de 600 hectáreas que tiene en propiedad sometiendo el cultivo a un control exhaustivo desde el origen y siguiendo todas las normativas sanitarias y medio ambientales, con ello garantiza un producto de máxima frescura y calidad.

► GONZALO GAYO. CANALS.

Se trata de una empresa global, con una experiencia de 80 años, presente hoy en la mayoría de países del mundo. Carlos Sancho, director comercial de Madremia desvela que el secreto es el esfuerzo diario en mejorar la calidad y los servicios en toda la cadena “somos autoexigentes y constantes en mejorar siempre desde la innovación y la modernización”.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones y que destacaría de la presente campaña para el kaki y los cítricos?

Carlos Sancho. Esperemos una buena campaña para todos los eslabones de la cadena de comercialización. Los mercados demandan y valoran la calidad y una alimentación más sana. Nuestros productos, como cítricos y kakís, tienen muy buenas propiedades para reforzar el sistema inmunitario humano contra el COVID-19. Creo que esto producirá una demanda fuerte de ambos productos.

VF. ¿Y en otras frutas y hortalizas que comercializan?

CS. En general creo que la demanda será generalizada para todos los productos, pero dependerá en gran medida del poder adquisitivo del consumidor. Creo



Carlos Sancho espera un incremento en Europa de la demanda en kaki y cítricos. / GONZALO GAYO

que esta crisis va a favorecer especialmente a los cítricos y el kaki por sus propiedades frente a otras frutas de temporada.

VF. ¿Cómo están respondiendo los mercados en medio de esta pandemia? ¿Cómo ve el futuro?

CS. En la actualidad hay estabilidad en el mercado, pero es cierto que hay mucha incertidumbre de cara al futuro. Nues-

“Creo que esta crisis va a favorecer especialmente a los cítricos y al kaki por sus propiedades frente a otras frutas de temporada”

tra estrategia es la constancia y la estabilidad siendo autoexigentes y buscando mejorar siempre nuestro servicio y producto. Rea-

lizamos importantes inversiones en modernización de maquinaria e innovación, así como en certificaciones de calidad.

VF. ¿Qué certificaciones de calidad tienen?

CS. Nuestro sistema de Gestión de la Calidad cumple con la normativa IFS-FOOD. Entre otras ventajas, implica una mejora continua de los sistemas de calidad propios, para ofrecer una mayor confianza a nuestros clientes. Se centra de ofrecer la máxima y calidad alimentaria de los productos. También disponemos de la Global GAP Frutas y Hortalizas. El objetivo es reducir los riesgos, asegurando la calidad e inocuidad de los alimentos en la producción primaria, enfocado además a la implementación de las mejores prácticas para asegurar una producción sustentable, con menos químicos y con una mayor seguridad alimenticia.

También las Buenas Prácticas Agrícolas no solo se aplican a los productos, sino también a las personas. La certificación GRASP ayuda a los productores a establecer un buen sistema de gestión social en sus explotaciones. Ofrece a los compradores una garantía adicional. Asimismo, ayuda a proteger uno de los recursos más importantes de la explotación: su gente.

VF. ¿Cuáles son las claves del éxito de las marcas que comercializa?

CS. Siempre la calidad, servicio y la buena presentación. Además de las certificaciones mencionadas, disponemos de un sistema de trazabilidad que cuenta con un software diseñado específicamente para satisfacer las necesidades del sector.

VF. ¿Qué pide a las administraciones en apoyo al sector citrícola?

CS. Pedir que tengan en cuenta todas las dificultades que vienen afectando a nuestro sector en el desarrollo normal de nuestra actividad debido a la pandemia. Pedimos apoyo y reconocimiento a nuestro trabajo y esfuerzo en beneficio de la sociedad. Estamos haciendo grandes esfuerzos y esperamos el apoyo de Europa a este sector a través de la PAC.

El consumidor desconoce los métodos de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El 70% de los consumidores europeos no sabe si las frutas y verduras que compran se cultivan en invernadero o al aire libre, según una encuesta realizada por Eucofel entre mil ciudadanos de España, Alemania, Francia, Grecia y Polonia. La encuesta —la primera realizada por la asociación que representa al sector hortofrutícola comunitario a través del programa “CuTE-Cultivando el sabor de Europa”—, pone de relieve “un bajo conocimiento sobre los métodos de producción”. Y la consulta constata que solo el 10% de los europeos se niega a consumir productos de invernadero.

El estudio también concluye que siete de cada diez consumidores afirman que el origen europeo es importante a la hora de comprar frutas y verduras aunque, eso sí, no es decisivo, y que casi cuatro de cada diez europeos compran frutas y verduras europeas siempre que pueden.

MADREMIA

Leyenda
dosmi
Gourmande
MADRE SELVA

MADREMIA, S.L. **SAT MADREMIA**

CENTROS LOGÍSTICOS

CANALS (Valencia): C/ Pont de l'Arca, 3 • Tel.: 96 224 11 76 • Fax: 96 224 30 64

ALBERIC (Valencia): Salida A7 (381). Ctra. Alberic - Alzira, km 1,5. CP 46260 • Tel.: 96 321 89 33

AITONA (Lérida): Avda. 27 de Gener • Tel.: 97 379 46 91 • Fax: 97 379 40 90

PUNTOS DE VENTA

MERCAVALENCIA: Puestos 36-38-40 • Tel.: 96 367 47 65 • Fax: 96 367 14 43 • mercavalescia@madremia.es

MERCAMADRID: Nave B - Puestos 56-58 • Tel.: 91 507 44 32 • Fax: 91 786 10 77 • mercamadrid@madremia.es

www.madremia.es