

JESÚS CUCALA PUIG / Dr. de Ventas, Compras y Marketing en Campal

“Los agricultores valencianos ganamos en los mercados por calidad y buenas prácticas agrarias”

El director de Ventas, Compras y Marketing de Campal, Jesús Cucala, destaca la calidad y la rapidez con la que consiguen que los cítricos lleguen a los mercados con su característica fresca intacta.

► GONZALO GAYO. TORREBLANCA. Las fincas de Campal están situadas en un lugar privilegiado, entre el Mediterráneo y las montañas, para producir clementinas, mayoritariamente situadas al norte de la provincia de Castellón. Jesús Cucala, su director de ventas y marketing destaca la riqueza de esas tierras y una climatología idónea para su cultivo ya que “posee una tierra fértil y muy productiva”. No duda en calificar cada pieza de fruta como “una joya”. Es por eso que las clementinas Llonas son valiosas por su fantástico sabor, pero sobre todo por el cuidado y el mimo que reciben durante todo el proceso de desarrollo y productivo.

En 2005 nace la sociedad agraria de transformación SAT denominada Campal con la calificación de Organización de Productores de cítricos. Recuerda Cucala que por aquel entonces la venta de los productos se realizaba 100% a empresas del sector, “pero el afán por conseguir proporcionar a los clientes la mayor calidad y fresca en todos nuestros productos nos condujo a la creación de una propia marca Llonas, insignia de la empresa. Iniciamos nuestra propia exportación, sin intermediarios, en mercados franceses y en la actualidad ya contamos con instalaciones propias, por lo que producimos, recolectamos, manipulamos y comercializamos nuestros propios cítricos”.

En Campos de Alcalá SL, Campal, cuidan la calidad de los cítricos desde la plantación de los árboles hasta la venta final del producto. “Asesoramos a nuestros socios sobre las variedades y las labores propias del cultivo siempre bajo la supervisión ITA (Ingeniero Técnico Agrícola)”, señala.

Destaca también la capacidad frigorífica e inversiones realizadas que permiten optimizar la conservación y/o desverdizado con máxima calidad y fresca, gracias también a la labor de un equipo profesional formado por ingenieros agrónomos para obtener una buena cosecha, a la vez que indican los productos a utilizar siempre de acuerdo con la normativa de la UE, para evitar residuos químicos en la fruta.

Cucala destaca que “Llonas es la imagen de nuestra empresa, viene asentándose cada día más entre nuestros clientes más exigentes, mostrándose como una marca de máxima calidad, tanto en su cuidada y vistosa presentación, como en el sabor de su producto”. También relata que Dinki es su iniciativa de envase tanto de madera como de cartón, o que la marca Dinki Express “es el símbolo de máxima fresca de nuestra fruta. Sin ningún tipo de tratamiento postcosecha



El director de Ventas, Jesús Cucala confirma que la variedad de mayor éxito en Campal es la Clemenules, seguida de la Oronules y Sando. / GONZALO GAYO

“Al ser nosotros productores y comercializadores tenemos la ventaja de saber lo que producimos y debemos de producir. Esto nos da la seguridad de que lo que enviamos a los mercados es de buena calidad”

ni procesos de desverdización y con la máxima rapidez, esta fruta puede estar en su mesa en tan solo 24 horas después de su recolección”. De esta forma, “conseguimos conservar al máximo sus cualidades y sabor”. Cucala añade que la marca Krone, por su parte, aporta un envase muy atractivo para fruta de categoría II, envasado a granel o encajado manual, según “las preferencias de nuestros clientes”.

■ LOS ÉXITOS DE CAMPAL

El director de ventas, compras y marketing en Campal considera que el éxito de la empresa radica en tres factores fundamentales. “En primer lugar, la calidad de la fruta que producimos; también destacaría la rapidez con que llega a los mercados, lo que mantiene su fresca intacta y, por último, la buena relación de confianza existente entre la empresa y sus mayoristas”.

Este éxito también se fundamenta en el hecho de que Campal comercializa su propia cosecha. “Al ser nosotros productores y comercializadores tenemos la ventaja de saber lo que producimos y debemos de producir. Esto nos da la seguridad de que lo que enviamos a los mercados es de buena calidad”

Entre las variedades que Campal cultiva y vende, “la más exitosa por su demanda es la Clemenules, seguida de la Oronules y también Sando”.

Otra de las iniciativas que está cosechando grandes éxitos

es su presencia en las redes sociales, en las que cuentan cada día con más seguidores. Al respecto, Cucala explica que en los últimos años “nuestra participación en RRSS ha aumentado considerablemente debido a la forma en la que tratamos nuestras publicaciones, mostrando el auténtico día a día de nuestro trabajo, tanto en el campo, como en la confección en el almacén de nuestras marcas Llonas y Dinky. Y para este crecimiento tenemos la suerte de contar con la fidelidad que nos muestran nuestros seguidores”.

■ CAMPAÑAS

Hablando del sabor de boca que dejó la campaña anterior y de cómo se presenta la temporada 2022/2023, Jesús Cucala confirma que el final de la pasada “no fue todo lo bueno que se esperaba”. Cree que la saturación en los mercados de pequeños calibres “fue el causante de ello”. En cuanto a la entrada en esta nueva, “tenemos grandes dudas sobre cómo influirá la actual situación económica en los mercados”.

Sobre el impacto que están teniendo la guerra en Ucrania y la subida de precios, Cucala ratifica que para ellos como productores “el impacto está siendo extremadamente difícil de soportar, ya que con la subida de precios algunos de nuestros asociados no pueden hacer frente al cultivo de sus campos”.

Respecto a las previsiones de cosecha que manejan, en el grupo de la clementinas tempranas, a pesar de todo esta coyuntura, Campal espera un volumen similar al de la campaña pasada, y que tendrá como destino comercial los países de Europa occidental.

Cuando se habla de futuro, el director de ventas, compras y marketing se muestra optimista, ya que está convencido de que “los agricultores valencianos podremos imponernos en los mercados por la calidad de nuestros productos y de nuestras buenas prácticas agrarias”.

hispattec
agrointeligencia



Miquel Villanueva afirma que la tecnología es clave para la agricultura. / HISPATEC

MIQUEL VILLANUEVA / Director de Marketing de Hispattec

“Con la tecnología digital, los productores y comercializadores de cítricos pueden conocer el coste real de cada kilo”

El director de Marketing de Hispattec, Miquel Villanueva, explica que las soluciones digitales que ofrecen permiten a los citricultores conocer el coste real de cada kilo, de cada parcela, variedad, e incluso, de cada año de plantación. Hispattec aplica la tecnología digital en todos los eslabones del proceso: precosecha, postcosecha, comercialización, calidad y logística, ofreciendo a productores y comercializadores datos sobre la influencia de cada labor y de cada unidad de insumo.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿En qué medida la tecnología puede ayudar en la producción de cítricos?

Miquel Villanueva. La tecnología impacta directamente en la eficiencia y la sostenibilidad. Con la tecnología digital, los productores y comercializadores de cítricos pueden conocer el coste real de cada kilo, de cada parcela, de cada variedad y de cada año de plantación, así como el equivalente en la central de confección.

A los sistemas transaccionales se le añade la capa de analítica avanzada, que nos permite conocer aspectos clave como la influencia de cada labor y cada unidad de insumo (agua, energía, fertilizantes, fitosanitarios). También nos ofrece datos sobre la predicción de cosecha, lo cual nos permite una asignación de recursos en la planta de confección y comercialización mucho más eficiente.

Una de las claves de este nivel de conocimiento es la in-

tegración con las tecnologías existentes o futuras, con la finalidad de automatizar al máximo la creación de datos que generen valor para la toma de decisiones a todos los niveles.

En nuestro caso, hemos cuantificado el impacto de nuestros sistemas de gestión y hemos observado un dato claro: tres años después de la implantación en nuestros clientes, el EBITDA (beneficio antes de impuestos) aumenta el doble de lo que crece la facturación. Es decir, el impacto de la digitalización de Hispattec es un impacto directo en la eficiencia de las organizaciones agrícolas.

VF. ¿Qué soluciones informáticas dedicadas a los cítricos ofrece Hispattec?

MV. Nuestra propuesta es un catálogo integral y modular, que va, desde los viveros y semilleros, hasta el cliente en destino. Tanto para los procesos de precosecha, postcosecha y comercialización, como de calidad y logística.

En primer lugar, ERPagro es el sistema de gestión modular que cubre todos los procesos productivos de precosecha, postcosecha y administrativos (contabilidad, nóminas, etc.). Este sistema modular se complementa con un grupo de aplicaciones para la gestión de apartados concretos de manera sencilla, como Campogest para la gestión técnica de los ingenieros agrónomos, o Agrotareo, para las actividades de las cuadrillas.

En segundo lugar, Control Tower es nuestra solución de calidad y logística que permite gestionar la documentación y el estado de los envíos en tiempo real, reduciendo las reclamaciones, los tiempos de facturación y cobro y permitiendo la visibilidad a toda la cadena de proveedores y clientes.

Algunos de ellos son líderes del sector como Frutas Tono, AM Fresh, Cítricos La Paz o ANECOOP, entre otros. A modo de ejemplo, el envío de 11 contenedores de naranjas a la India que realizaron varias empresas valencianas y que coordinó el Comité de Gestión de Cítricos estuvo monitorizado y asesorado por nuestro equipo de Control Tower.

VF. En cuanto a las apps y los sistemas de movilidad, ¿De qué manera pueden ayudar al sector cítrico?

MV. Una parte sustancial de la actividad productiva agrícola no se realiza desde oficinas con conexión de fibra de alta velocidad, sino desde parcelas alejadas de las zonas que disponen de mejor conectividad.

Las apps y los sistemas de movilidad permiten a las organizaciones que las implantan realizar una gestión digital tanto con conectividad, como sin ella. De este modo, los responsables de finca reciben las indicaciones de los ingenieros supervisores sobre las labores requeridas esa semana o día y pueden registrar en tiempo real las actividades y el uso de recursos que efectivamente se llevan a cabo.

Esto permite, tanto la planificación técnica y agronómica, como analizar la ejecución real en el campo: control de cuadrillas, productividad, prenóminas, gestión de stocks, control de costes, etc. Todo ello, con conexión a los dispositivos y sensores instalados en las parcelas y haciendo uso de información externa a la empresa, como imágenes satelitales o datos de otras fuentes.

VF. ¿Qué novedades presenta o está preparando Hispatec que puedan ofrecer soluciones para el sector de los cítricos?

MV. En esta pasada edición de Fruit Attraction presentamos Dropia. Una plataforma que hemos diseñado junto con Prima-Ram, que genera recomendaciones de fertiriego basadas en datos de la propia parcela que llegan al dispositivo móvil del supervisor mediante el uso de sensores climáticos y de suelo, los cabezales avanzados y Margaret, la plataforma de inteligencia artificial agroalimentaria de Hispatec.

Estas recomendaciones son inteligentes desde tres puntos de vista. El principal es el uso de los datos específicos sobre el impacto real de los tratamientos y riegos realizados anteriormente en la cosecha de esa parcela. El segundo aspecto in-

“Nuestra propuesta es un catálogo integral y modular, que va, desde los viveros y semilleros, hasta el cliente”

“ERPagro es el sistema de gestión modular que ofrece Hispatec y que cubre todos los procesos productivos de precosecha, postcosecha y administrativos”

“Control Tower es nuestra solución de calidad y logística que permite gestionar la documentación y el estado de los envíos en tiempo real, reduciendo las reclamaciones, los tiempos de facturación y cobro”

teligente es que la plataforma aprende de las modificaciones que el supervisor ha realizado de las recomendaciones anteriores, ajustándose a las preferencias de cada organización. Y, en tercer lugar, utiliza datos externos para hacer recomendaciones como el momento ideal para poner las bombas de ascensión de agua en marcha por ser un momento valle en la tarifa de la energía. Dropia es una fuente de sostenibilidad y eficiencia en el uso del agua, los fertilizantes y la energía.

Por otro lado, nuestra plataforma de calidad y logística Control Tower está evolucionando muy rápidamente para dar una visión completa de todo lo que pasa, desde que el pedido está acabándose de confeccionar hasta que llega a la puerta del cliente en destino, reduciendo los problemas causados por reclamaciones o los retrasos por cuestiones documentales, al mismo tiempo que permite dar visibilidad a todos los agentes involucrados.

Como novedad a corto plazo, en los próximos meses lanzaremos la herramienta más completa de gestión técnica y agronómica en campo para la agricultura de alto valor, totalmente integrada en el SIEX.

**LOS QUE PRODUCEN
SALUDAN...**



**... LOS QUE PREFIEREN
LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX**



PLASTIDOM
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt