

LOS AGRIOS ESPAÑOLES EN EL AMBITO EUROPEO

LA PRESENTE CAMPAÑA DE EXPORTACION SE CERRARÁ CON JNAS
NOVECIENTAS NOVENTA MIL TONELADAS

Posibilidad de aumentar los envíos a los países escandinavos.

De regreso de su viaje a los países escandinavos, en misión comercial, el jefe nacional del Sindicato de Frutos y Productos Hortícolas, D. Joaquín Gutiérrez Cano, ha tenido a bien hablarnos de los resultados conseguidos, de la liquidación de la campaña 1959-60 de agrios, de las posibilidades de producción para la de 1960-61 y de las perspectivas de irradiación de los frutos españoles en el ámbito europeo.

—El viaje que la delegación del Sindicato de Frutos acaba de realizar a Escandinavia —comienza diciéndonos el Sr. Gutiérrez Cano— ha sido de considerable utilidad para la defensa de los intereses españoles en el sector económico que nos está encomendado. Hemos podido comprobar el interés extraordinario que despiertan en dichos países los productos españoles por su calidad y su aptitud para ser comercializados, no obstante la larga distancia. Allí hemos sido objeto de grandes atenciones, tanto por parte de los representantes de España como por las Federaciones de importadores, mayoristas de dichos países, autoridades, Prensa, etc.

La misión que nos habían encomendado las autoridades españolas ha sido cumplida, y se han sentado al mismo tiempo bases sumamente sólidas para una expansión de nuestras exportaciones de frutos y productos hortícolas a dichos mercados, que, por su alto nivel de vida y sus condiciones climatológicas, ven en nuestros frutos un anticipo del clima mediterráneo.

Sobre todo estoy satisfecho porque se han establecido valiosísimos contactos humanos. La presencia de la Delegación española en algunos países (Finlandia, por ejemplo) ha sido calificada por los círculos competentes de esas naciones como el primer gran paso dado en favor de un estrechamiento de relaciones comerciales con España.

—Comercialmente, ¿qué perspectivas se abren a España para la campaña 1960-61?

—Es prematuro hacer vaticinios sobre la campaña próxima, aunque tengo la confianza de que será, en cuanto a volumen, de características aproximadas a la presente, salvo inesperadas adversidades climatológicas. Los cuidados que por parte de los agricultores y exportadores se ponen en mejorar nuestras calidades y la atención que el Gobierno presta a esta faceta de nuestro comercio exterior nos permitirá no sólo mantener nuestra presencia en los mercados exteriores, sino incluso mejorarla, consolidando la normalización que se va alcanzando.

—¿Habrá novedades en alguno de los aspectos de nuestras exportaciones, tales como transporte, envasado, propaganda, etc.?

—El Sindicato Nacional de Frutos y Productos Hortícolas, en sus diversos Grupos Económicos, que contemplan problemas de exportación al extranjero, lleva adelante una política de transportes que tiene como meta una mejora constante en las condiciones técnicas y económicas en que nuestros productos son llevados a otros mercados. En esta línea de actuación está la limitación de tiempo para el embarque en España, la fijación de un límite máximo de viaje para los distintos puertos europeos y en ellos la fijación de unos plazos de descarga, todo

en estrecha conexión con las condiciones técnicas de los barcos a emplear, a los cuales se les exige mayor velocidad. En cuanto al transporte terrestre, las facilidades que tanto la R. E. N. F. E. como Transfesa vienen ofreciendo al Sindicato, en una estrecha colaboración que data de muchos años, constituyen una garantía de rapidez y buenas condiciones generales de transporte que van siendo de año en año mejores.

La propaganda constituye también una

preocupación de primer orden, y en relación con ella el Sindicato lleva a cabo, en el seno del Comité de Enlace de los Países Citricolas Mediterráneos (C. L. A. M.), organismo profesional que reúne a todos los productores de agrios de la cuenca del Mediterráneo, una campaña en favor de un mayor consumo de naranja. También se realizan estudios sobre propaganda en otros mercados, tanto en materia de agrios como en otros productos de importancia, tales como tomate, plátano, conservas, etc. Al mismo tiempo se están normalizando los envases de nuestra industria conservera, de acuerdo con las normas vigentes y como consecuencia de los trabajos que en el seno del Instituto Internacional de la Conserva lleva a cabo el Sindicato. En cuanto a otros frutos y productos hortícolas, se procede a examinar nuevos envases que se adapten mejor aún a la demanda extranjera.

niendo en cuenta peso, capacidad, manejabilidad, resistencia y presentación.

—Nuestras impresiones son que la próxima cosecha pudiera ser mayor que la de 1959-60. ¿Comparte usted esa opinión? Si el fruto evoluciona bien, ¿qué cifras podríamos aventurar para la naranja, la mandarina, el limón y el pomelo?

—Aún es prematuro hacer pronósticos sobre la exportación de la nueva campaña, aunque, como ya digo anteriormente, la impresión general es que se mantendrá en límites similares a la presente, en la cual se han exportado hasta el momento presente alrededor de 970.000 toneladas de agrios. Las exportaciones que aún se realizarán de limón nos permitirá acercarnos a las 900.000 toneladas.

—¿Podría decirnos cuáles han sido los resultados económicos de la última campaña de agrios, y cuáles las dificultades más importantes a que hubo que hacer frente y cómo podrían evitarse para el futuro?

—Creo que la última campaña de agrios ha sido en su rendimiento, en divisas, extraordinariamente beneficiosa para la economía nacional, y tengo la confianza de que con la normalización definitiva de la situación de los cambios podrán alcanzarse los niveles de rendimiento a que son acreedores, por su esfuerzo y vocación, nuestros agricultores y nuestros exportadores. Los mercados europeos están abastecidos suficientemente de frutos cítricos en particular, y, por consiguiente, cada vez es más exigente la demanda extranjera en cuanto a calidades, presentación, gusto, etc. Esta sana competencia no asusta a nuestros exportadores, que se disponen a afrontarla mejorando los rendimientos y estableciendo contactos más estrechos con sus clientes extranjeros. Entiendo—termina diciéndonos el señor Gutiérrez Cano—que con el viaje que acabamos de realizar se ha cumplido la doble finalidad de presentar los frutos españoles a las Federaciones y Organizaciones de Compradores en los Países Escandinavos y hacer posibles conversaciones regulares que permitan no solamente defender, sino incrementar nuestros niveles de exportación a esas naciones.—E. DE PABLO.