BIO CAÑA, mucho más que ecológico

El consumidor español está abandonando la idea de la huerta local para confiar en marcas de producción ecológica que ofrezcan garantías.

El consumo de frutas y hortalizas ecológicas sigue siendo la asignatura pendiente en España, pues aunque es cierto que está creciendo la demanda nacional, falta para llegar a los datos que existen en Reino Unido, Alemania, Dinamarca, Francia y el resto de países nórdicos.

Quizás la clave está en generar una mayor confianza en los consumidores, ofrecer productos con garantía, atractivos y con sabor. En este contexto, el futuro está en desarrollar proyectos estructurados, y bien planificados, donde la producción ecológica escape de la moda, y se consolide como un proyecto productivo y empresarial con sentido propio.

En Grupo La Caña, llevan ya varios años trabajando en esta línea, y **su marca BIO CAÑA es un fiel reflejo de ello**: es un proyecto con principios y valores propios, asociados a un origen único, que respeta las temporadas propias de cada cultivo diversificado en una reducida zona geográfica que les permite a Grupo La Caña ampliar y mantener el calendario de producción. “Tenemos un

entorno excepcional para la producción ecológica, un equipo técnico formado especialmente para ello. Esto nos permite ofrecer los productos con las garantías que el consumidor está demandando", nos detallan desde la empresa Grupo La Caña.

Completa gama

Grupo La Caña comenzó su producción ecológica con pepino y tomate, y hoy cuentan con una importante oferta de frutas y hortalizas que además acaban de ampliar. "Disponemos de 13 referencias hortofrutícolas que comercializamos en una gran diversidad de formatos", apuntan.

El pepino holandés, el pimiento California (rojo, verde y amarillo) junto a varios tipos de tomate (Cherry rojo, Cherry rama, Cherry pera, tomate pera Caniles y sobre todo tomate Rama), han conseguido afianzar su marca de ecológico, permitiéndoles así, introducir nuevos productos como el pepino snack, pepino francés, judía (Helda y Perona) y el calabacín, estos últimos de un marcado carácter nacional que les posiciona como referencia con sus clientes.

Ubicados en el trópico de Europa, en el sur de la provincia de Granada y Málaga, los productos subtropicales son seña de identidad para **BIO CAÑA**. Trabajan con aguacate y mango de temporada, con variedades que se caracterizan por su gran sabor y textura, claves para la cesta de la compra de un consumidor exigente en el paladar y riguroso con el método de producción.

Actualmente, ponen en el mercado más de 10 millones de kilos de producto ecológico, su crecimiento ha sido exponencial desde que naciera **BIO CAÑA**, y su previsión es crecer un 10% más si los ciclos de producción lo permiten.

La elección de los formatos, la imagen de marca y el etiquetado han sido claves para poder diferenciar el resultado del trabajo de los agricultores de Grupo La Caña: productos de primera, con garantía, fruto de un trabajo coordinado y planificado, que ejerce un doble papel social, aportando, por un lado, productos ecológicos que responden a la demanda de los consumidores y, por otro, contribuyendo a la protección del medio ambiente y al desarrollo rural.

Producción ecológica en 2018 Grupo La Caña

- **Aguacate Hass**: 100 has. y 750.000 kg. Noviembre - mayo, producción nacional /junio - octubre, importación.

- **Mango**: 12 has. y 180.000 kg. Septiembre - noviembre.

- **Tomate Cherry:** 8 has. y 600.000 kg. Todo el año.

- **Tomate cherry pera**: 12 has. y 1.000.000 kg. Todo el año.

- **Tomate pera Caniles**: 2 has. y 150.000 kg. Todo el año.

- **Pepino holandés**: 80 has. y 6.400.000 kg. Todo el año.

- **Pimiento California**: 5 has. y 350.000 kg. Todo el año.

- **Tomate rama**: 4 has. y 100.000 kg. Octubre - mayo.

- **Calabacín:** 4 has. y 360.000 kg. Todo el año.