Grupo Agroponiente hace balance de su mejor campaña, la 2018/2019

Grupo Agroponiente ha completado el balance de la pasada campaña 2018/2019, en la que la que se ha alcanzado la mayor cifra de producción y comercialización de su historia, tanto por el crecimiento sotenido de la compañía en todos los sentidos como a la integración del grupo Lara Castañeda, especialista en producción propia de calabacín, berenjena y judía.

En cuanto a las cifras globales, la producción de Grupo Agroponiente ha sido de 368 millones de kilos, lo cual ha supuesto un incremento del 12% con respecto a la campaña anterior. A su vez, el nivel de facturación ha crecido de forma similar, en concreto un 13%, debido al aumento de kilos comercializados.

Una progresión que obedece a una estrategia de crecimiento sostenido y también a una magnífica respuesta del campo almeriense en cuanto al compromiso con los servicios que presta la compañía a los agricultores. Así, las cifras reflejan que, en cinco años, Grupo Agroponiente ha pasado de una producción de 222,3 millones de kilos a los actuales 368 millones.

Cifras por productos.

En cuanto a las cifras por productos, el tomate ha sido, un año más, el de mayor producción y comercialización para Grupo Agroponiente, con un total de 76 millones de kilos, gracias a su

especialista en tomate de sabor Vega Cañada. Esto también se debe a la apuesta clara desde hace unos años por las líneas como el Verde y el Raf, el cual sigue en crecimiento dando valor tanto a agricultores y clientes nacionales.

Por detrás, le siguen el cultivo de primavera por excelencia, la sandía, con 72 millones de kilos, los cuales se consiguen gracias a todo el cultivo protegido de Almería y, en verano, con producciónes en zonas al aire libre como Castilla La Mancha, Sevilla y Murcia; y el pepino con 65 millones de kilos, que sigue en el top tres de producción almeriense.

Cifras por destino.

En lo referente al destino de la producción, la mayor parte del volumen se destina a la exportación, aunque España sigue siendo el principal país de destino. Tras él, los principales destinos de la producción de Grupo Agroponiente son Alemania, seguido por los países Nórdicos y los Francia e Italia.

Se continua creciendo en destinos de ultramar como Canadá y Estados Unidos así como en producto ecológico. Nuestros clientes apuestan cada vez más por Almería y por sus agricultores, ya que son referentes en garantía y seguridad alimentaria, y en Grupo Agroponiente como empresa de servicio garantizado.

Empleados y agricultores.

Hay otros dos datos muy importantes para Grupo Agroponiente, en el balance de la campaña: el de la evolución del número de empleados y de agricultores. Así, en la campaña 2018/2019, el numero de agricultores incrementó hasta superar los 3.500; mientras que el de empleados se sitúa en más de 1.400 trabajadores. Estos dos ejes, son los engranajes del funcionamiento de Grupo Agroponiente, consolidándose como empresa líder en el sector en el sur de Europa.

Balance del CEO.

Con todos estos datos, el **CEO de GRUPO AGROPONIENTE, Jorge Reig**, ha valorado la campaña como “muy positiva en cuanto a la consolidación de posiciones, operaciones y estrategias de crecimiento que se han puesto en marcha. Ha sido un año difícil en el campo y era muy importante estar ahí, respondiendo a las necesidades de los agricultores, vender el producto a los mercados y hacerlo en las mejores condiciones posibles para ellos. Nuestra vocación es siempre de servicio al agricultor y, más allá de que en mitad de la campaña hemos experimentado notables cambios internos con la llegada de nuevos socios, hemos mantenido esa filosofía de trabajo y hemos conseguido mejorar notablemente la anterior campaña en cuanto a producción y servicios y preparar la compañía para una larga y profunda etapa de crecimiento y mejoras en todos los sentidos”.

Reig resalta que “la incorporación de la empresa Lara Castañeda nos ha hecho más fuerte en determinados productos y nos ha dado potencial en las relaciones con muchos clientes. Es un aspecto que vamos a seguir favoreciendo y potenciando con próximas estrategias, especialmente de producto y de comercialización, porque nuestro objetivo es consolidarnos como una verdadera multinacional agroalimentaria almeriense. Tenemos muy claro que cuanto más potente sea nuestra capacidad en los mercados internacionales, mejor servicio podremos dar a nuestros agricultores y en generar los canales para conseguirlo es en lo que están nuestros cinco sentidos. Estamos seguros de que el agricultor lo va a notar en esta campaña que ya tenemos entre manos”.