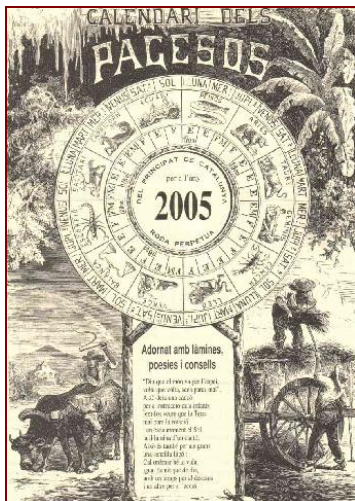


ADIÓS AL 2005

Nuestros boletines quieren ser una herramienta de comunicación e información. Por ello vamos escogiendo temas que puedan invitar a la reflexión sobre determinados hechos cotidianos, y no siempre los dirigimos a comentarios relacionados directamente con nuestra actividad de empresa distribuidora de productos y servicios, sino que muchas veces (como ya habréis tenido ocasión de comprobar) los hemos dedicado a temáticas de un alcance más genérico.

En consecuencia, nos ha parecido apropiado iniciar nuestras comunicaciones de este año con unas reflexiones basadas en frases llenas de **sabiduría popular concentrada**: los **refranes**. A ver si nos ayudan (al menos, un poco) a ver la crisis actual como una oportunidad de futuro.



Primer refrán: SIEMPRE LLUEVE SOBRE MOJADO.

¡Ciertamente!. En determinados momentos de la vida parece que todas las desgracias y las incertidumbres se acumulan.

Como en el caso de la última campaña: los agricultores que cultivan cereales en los

secanos han padecido por la excesiva sequía, los fruticultores han recibido un duro golpe por la gran cosecha y los bajos precios, los olivareros todavía no han normalizado las producciones desde las heladas del 2001, los viticultores no ven bien valorada su cosecha por culpa del estancamiento del mercado del vino, ... y así podríamos seguir con otros sectores de nuestras comarcas. En todos, al mismo tiempo, el aumento continuo del precio del gasoil, empeora cualquier cuenta de explotación.

Y es que vivimos en tiempos de cambios. A pesar de que algunas campañas puedan resultar aceptables y hasta buenas, no podemos confiar en que alguien de fuera de casa nos lo arregle; aunque este alguien sea la Administración, la Cooperativa, la Central comercial, el técnico de la ADV o el de la "casa de los sulfatos". Uno por uno, todos estos actores hacen una representación limitada, incompleta. Es necesario que todos actuemos a la vez, bien coordinados y moviéndonos en la misma dirección. Pero ello, históricamente, ha resultado tan difícil...

Claro. Tal como dice el segundo refrán: NUNCA LLUEVE A GUSTO DE TODOS.

En el campo y la ciudad todos pensamos que la meteorología nos es desfavorable. Y por ello resultan tan difíciles los acuerdos y los compromisos que posibilitarían una mejora sustancial de la situación.

Cada agricultor cree todavía que la desgracia del otro (la mala cosecha en Italia, en Grecia o en Andalucía) es el factor que asegura el éxito de su explotación. Grave error, hoy. Aunque es cierto a corto plazo (de hecho, si hay menos fruta o menos vino, la pera o la uva seguramente se pagará mejor), a largo plazo no resulta ya válido.

Cada sector productivo o se defiende en conjunto y se proyecta en conjunto, o no

avanzará. La particular ley de la evolución de los negocios agropecuarios dice que cada especie se debe salvar entera; si una parte de los agricultores piensan sobrevivir a costa de los demás, podríamos terminar ahogándonos todos.

Tenemos que aceptar que la lluvia del refrán, a medio y largo plazo, será siempre buena para todos, aunque a alguien, inicialmente, le pueda molestar o disgustar.

Un tercer refrán (que es, además, un consejo acertado): AL MAL TIEMPO, BUENA CARA.

Reconocemos de entrada, que es una actitud correcta pero difícil de adoptar.

En cambio, pocas veces reflexionamos sobre las alternativas para afrontar esta mala época y sobre cómo podríamos aprovechar la coyuntura para convertirla en un factor positivo o de crecimiento (personal, económico, social).

Alguien nos ha explicado que los chinos, ahora tan de moda y en el centro de las preocupaciones de muchos, escriben la palabra “**crisis**” con dos grafismos: el que expresa **peligro** y el que significa **oportunidad**. Las crisis, ciertamente, no son sólo fenómenos negativos, al contrario, pueden representar factores de crecimiento si sabemos aprovechar el lado de oportunidad que todas contienen.

¿Y, no es cierto que cuando vemos que tenemos alguna oportunidad interesante ponemos buena cara?

El cuarto refrán nos lo aclara un poco más: DESPUÉS DE LA TORMENTA, VIENE LA CALMA.

[U otra tormenta, como dirían los pesimistas].

Pero no. La tormenta (o la crisis) tiene un inicio, un desarrollo y un final. Puede ser de mayor o menor duración, pero para aquellos que la han previsto, estudiado y soportado con los medios convenientes, al final encuentran la calma y la bonanza en un estado de ánimo que les permite saborearlas.

Esta calma, sin embargo, deberá aprovecharse para acumular reservas, para innovar, para preparar una gestión y una estrategia adecuadas a la situación y a la fase evolutiva en la que nos encontramos. No

sirve malgastar recursos propios o ajenos. No sirve creer que el padre-estado o la madre-administración velarán para que no lleguen más tormentas. Nosotros, hemos de velar.

Porque si es bien cierto que después de la tormenta viene la calma, también lo es (y no hace falta ningún refrán que nos lo recuerde) lo contrario: después de un periodo plácido llega otro de tormentoso.

De modo que no seamos individualistas ni conformistas. Debemos vencer las tempestades con creatividad, sabiduría, experiencia, solidaridad y (también) uso correcto de las nuevas tecnologías.

Nos gustaría que estas letras fuesen el preámbulo de una reflexión seria y fundamentada que nos llevase a mejorar el día a día de nuestro ejercicio profesional y la eficiencia de la red económica en la que estamos inmersos.

¡Buen año 2006 para todos!

NOVEDADES - ENERO 2006

• INCORPORACIONES AL EQUIPO TÉCNICO

Hace unas semanas se ha incorporado al grupo de técnicos de **Agro Mòdol BLAI SALES CHAFER**, un buen conocedor del sector de la sanidad vegetal que ha trabajado durante muchos años en diferentes cooperativas.

En la actualidad, los colaboradores técnico-comerciales de nuestra empresa son:

Martí Mòdol
Pere Porta
Jaume Torres
Anna Segura
Enric Remacha
Laura Torguet
Blai Sales

• INCORPORACIONES AL CATÁLOGO

Recientemente, también, hemos llegado a un acuerdo con **DU PONT IBERICA** para distribuir sus productos fitosanitarios en varias comarcas de LLeida y Huesca, lo que nos permitirá ofrecer a nuestros clientes una gama de productos más amplia y adecuada a sus necesidades.

 **The miracles of science**