

Feria Internacional de Frutas y Hortalizas 2022

FRUIT ATTRACTION

Domingo 16 de octubre de 2022



LA REGIÓN DE MURCIA PONE EL COLOR A LA BUENA ALIMENTACIÓN

Más de un centenar de empresas regionales participan en la muestra madrileña para afianzar su presencia en los mercados y abrir nuevos destinos comerciales

Emilio González



**EL SECRETO DE LAS FRUTAS
QUE MÁS SABEN Y MEJOR VIAJAN**



El expositor de Mercagrisa concitó un elevado tráfico de reuniones con clientes nacionales e internacionales. M.

FERIA. El agro demuestra en Fruit Attraction su capacidad en la producción y exportación de frutas y hortalizas, y su interés por abrir nuevos mercados en Norteamérica, África y Asia

La Región resalta la fortaleza y peso exterior de su sector hortofrutícola

MADRID

EFQ. Dinámico, optimizador y resiliente. Así es el sector hortofrutícola de la Región de Murcia, que a diario demuestra por qué no es solo uno de los principales motores económicos sino también un espejo al que miran otros territorios. Sus volúmenes de producción y exportación, igualmente, reflejan su capacidad natural para sortear todo tipo de obstáculos, como los elevados costes de producción y la sequía estructural que sufre la Comunidad. Por ello, la confianza depositada por los consumidores espa-

ñoles e internacionales en los campos regionales se renueva temporada tras temporada, ya que garantiza el suministro de frutas y hortalizas, que además son de calidad, frescas, llenas de sabor y con todas sus propiedades nutricionales.

Esta fortaleza la puso de manifiesto en la 14 edición de Fruit Attraction, el mayor evento internacional del sector, que se celebró del 4 al 6 de octubre en Madrid. Este año se volvió a batir otro record de participación, con la asistencia de 1.800 empresas expositoras de 55 países, la visita de

90.000 profesionales de 130 países y la ocupación de más de 58.000 metros cuadrados de exposición. Sin duda, esta muestra internacional se ha convertido en una herramienta eficaz para gene-

Más de un centenar de empresas murcianas participaron en la muestra para ampliar su cuota de mercado

rar oportunidades de negocio y acceder a nuevos mercados, precisamente en un mes clave (octubre) para la planificación de campañas.

A este punto de encuentro de todos los profesionales de la cadena de suministro acudieron 104 empresas de la Región de Murcia, con el objetivo de no solo consolidar los mercados habituales, fundamentalmente europeos, sino de abrir nuevos destinos en zonas como Norteamérica, África o Asia. De ellas, 62 compañías participaron de forma agrupada con las asociaciones más representativas del

sector, Proexport, Apoexpa y Fe-coam, en el espacio de la Región de Murcia. Otras 19, 13 de industria auxiliar y 6 de producto fresco, contaron con stand libre fuera de la zona institucional, pero en el mismo pabellón, el 7. Mientras que 17 empresas de industria auxiliar y 6 de producto fresco se emplazaron en otros pabellones. La delegación de la Región de Murcia contó, como en ediciones anteriores, con un área para degustaciones de productos autóctonos, bajo la capitania del conocido chef Juan Antonio Pellicer.

Respaldo sostenido

El presidente del Gobierno regional, Fernando López Miras, y el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias, Antonio Luengo, encabezaron la comitiva institucional desplazada a Madrid para acompañar a los empresarios y directivos regionales, abordar los temas que más preocupan al campo, como



Miramos al presente y al futuro de la agricultura

mercagrisa

www.mercagrisa.com





Alta afluencia de visitantes en el pabellón de la Región de Murcia. Ifema

Murcia aporta diez de cada cien euros que exporta España en alimentos

Según un informe sectorial de CaixaBank Research, la Región de Murcia aporta diez de cada cien euros de alimentos agroalimentarios que España venden en el exterior. Las exportaciones nacionales de estos productos alcanzaron el pasado ejercicio los 59.000 millones de euros, con un superávit del 1,5%. De este total, el 10% corresponde a la Región de Murcia, cuyas empresas de producción vegetal y animal exportaron más de 5.600 millones de euros en 2020, un año muy marcado por la pandemia.

A esto se suma que con el incremento global del 11,2% en 2021, el balance regional alcanzaría los 6.000 millones de euros. Con todo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca subraya que la Comunidad es la cuarta autonomía en volumen de exportación de alimentos.

son la importante subida de los costes de producción o la sequía endémica que padece la Comunidad, recabar opiniones del sector y mostrar su satisfacción por los contactos realizados por los expositores, consolidando clientes y estable-

Pionera en producción y comercialización de okra

Es rica en antioxidantes, potasio, vitamina B, vitamina C y calcio. Ayuda a mantener una alimentación sana y equilibrada, y tiene poder saciante. Además, presenta una amplia versatilidad en la cocina, ya que es un ingrediente que puede emplear en asados, salteados, sopas y guisos. La okra es una hortaliza que está despertando cada vez más el interés de consumidores y profesionales por sus propiedades nutricionales. Aunque es muy común en África, Asia, Oriente Medio y América, la Región de Murcia destaca, en la actualidad, por ser la primera zona productora y exportadora de España de este alimento, cuyo aspecto es similar al calabacín, pero mucho más pequeña, y su sabor se asemeja al de la berenjena. Cabe indicar que en Abanilla hay una finca de 69 hectáreas de okra y romanescu registradas, todas en regadío.



ciendo nuevas relaciones comerciales.

En este sentido, cabe mencionar que Fruit Attraction tiene un fuerte impacto internacional, con 55 países representados en esta edición, lo que lo erige como el evento comercial clave para la producción, comercialización y distribución a nivel mundial. Además de una fuerte participación europea, con empresas de Francia, Italia, Holanda, Reino Unido, Bélgica,

Portugal, Polonia y Alemania, también hubo participaciones grupales de Serbia. A esto se suma la representación de países como Colombia, Estados Unidos, Corea, Perú, Chile, Sudáfrica e India; y de África, destacó el aumento especial de la participación de Kenia, Guinea y Costa de Marfil.

INTERNACIONALIZACIÓN

Alemania, principal destino del 'made in Murcia' ecológico

MADRID

EFQ. La Región de Murcia destina, a día de hoy, el 85% de la producción ecológica a la exportación, siendo las frutas y verduras los envíos más frecuentes. Aun así, las empresas comercializan todo tipo de productos, como almendras, vino, aceite, conservas vegetales y mermeladas, zumos, pimentón, alimentos infantiles y otros preparados alimenticios.

El primer destino es Alemania, seguido por otros potenciales mercados: Reino Unido, Francia y los países nórdicos. Fuera de la Unión Europea predominan las exportaciones a Estados Unidos (vino, almendra y pimentón) y Corea (vino, aceite y preparados alimenticios).

En la actualidad, el 28,7% del total de los cultivos en la Región

de Murcia se destina a la producción ecológica, que alcanza ya las 107.247 hectáreas acreditadas. De este modo, la Comunidad se alza como el territorio que mayor porcentaje de suelo agrícola destina a la producción ecológica. Este hito casa con una mayor conciencia generalizada en materia de salud humana y medioambiental y con los nuevos hábitos de consumo que apuntan hacia una alimentación libre de productos de síntesis y respetuosa con el medio y con la salud de quienes trabajan la tierra. A esto se suma que la agricultura ecológica aboga por respetar los ciclos naturales de crecimiento de los frutos, dando como resultado un producto sostenible, tanto medioambiental como socialmente.

TENDENCIA

Del campo al congelador

MADRID

EFQ. Se recolectan en el momento justo y se trasladan directamente a la fábrica para, tras pasar por los procesos de lavado y escaldado, su congelación. La producción de frutas y verduras congeladas tiene una fuerte demanda, ya que estos alimentos se pueden conseguir fuera de temporada, mantienen sus propiedades nutricionales y son medioambientalmente sostenibles. En la Región de Murcia, una veintena de empresas se dedican a esta actividad, con una capacidad conjunta de 207.800 toneladas anuales y una facturación estimada de unos 250 millones de euros anuales, generando trabajo directo a cerca de medio millar de empleados.

En 2021, exportaron 96.000 toneladas de frutas y verduras con-

geladas, con una facturación de 96 millones de euros, el 14% del total de frutas y verduras congeladas vendidas al exterior por España. Estas cifras la convirtieron en la segunda provincia exportadora, de forma que uno de cada siete kilos comercializados por los exportadores en los lineales europeos procedían de la Región.

Se ubican sobre todo en Murcia, Molina de Segura, Archena y Alguazas, y comercializan sobre todo pimiento, menestra, brócoli, espinacas, alcachofas, calabacines, tomates y cebollas. Casi toda la exportación de la Región tiene como destino Europa, principalmente Francia, con 23 millones de euros exportados; Alemania, con 19 millones de euros, y Reino Unido, con 10 millones de euros.



CARSA
VENTA DE: PESOS -
BALANZAS - BÁSCULAS
PESAJE COMERCIAL
E INDUSTRIAL
PANTALLAS TÁCTILES



PRECIOS
ESPECIALES
DE FERIA

Servicio Técnico todas las marcas
Reparador oficial por Industria N° 0023-MU
Hacemos Certificaciones
Verificaciones de todos los tipos en pesaje

CENTRAL:
Avda. Juan de Borbón, 12, bajo.
La Flota. 30007 Murcia
968241163 - 608466098 - 646305737

Delegaciones en Alicante, Albacete, Almería y Granada
pesoscarsa@hotmail.com
www.carsa-carsa.com



El consejero de Agricultura, Antonio Luengo, y el presidente Fernando López Miras visitan el stand de Fruca en Fruit Attraction. CARM

AFIANZA. El Gobierno regional destaca la buena salud de las exportaciones del sector hortofrutícola durante la primera mitad del año, que superan las cifras registradas en 2021

La Comunidad hace bandera de la fuerza y potencia de la industria agroalimentaria

MADRID

EFQ. El sector hortofrutícola regional acumula este año una facturación récord, ya que en los primeros seis meses de 2022, las empresas de la Región han producido y exportado frutas y hortalizas por valor de más de 1.850 millones de euros, lo que demuestra «la fuerza y la potencia del sector agroalimentario más importante de Europa», explicó el presidente del Gobierno regional, Fernando López Miras, durante su visita al stand institucional de la Región de Murcia en la feria Fruit Attraction de Madrid.

Esta edición de la muestra internacional permitió a la Comunidad recuperar los niveles de participación de empresas previos a la pandemia, por encima del centenar. López Miras resaltó que «si tenemos en cuenta que Fruit Attraction ya se ha posicionado este año como la feria más importante de Europa, podemos afirmar que el stand de la Región es el más importante de Europa en cuanto al sector agrícola y la industria agroalimentaria».

También visitó los expositores de las numerosas empresas de la Región de Murcia participantes en este certamen, con la intención de mostrar su respaldo y apoyo a la actividad agrícola, cuya misión es se-



Fernando López Miras saluda a los representantes de Coáguilas. CARM

1.858 millones € fue el valor de las exportaciones en el primer semestre

guir abriendo nuevos mercados sobre la base de la calidad, la innovación y la protección del medio ambiente.

La participación de la Región de Murcia estuvo compuesta este año por 104 empresas, lo que supone recuperar los niveles previos a la pandemia, ya que representa un aumento del 32% con respecto a 2021. Como es habitual, la Comunidad acudió a esta cita de manera agrupada con las asociaciones

«El stand de la Región en Fruit Attraction es el más importante de Europa», dijo López Miras

La Comunidad participó de forma agrupada en la feria con Proexport, Apoexa y Fecoam

más representativas del sector, Proexport, Apoexa y Fecoam.

Referente en exportación

Una de las fortalezas del sector primario que puso en valor el presidente del Ejecutivo autonómico fue el valor de las exportaciones hortofrutícolas de la Región de Murcia, que creció en los primeros seis meses del 2022 un 2,48% con respecto al pasado año, hasta alcanzar los 1.858 millones de euros.

Durante la primera mitad del año, los productos más exportados fue-

La Región, en contra del recorte al Trasvase

El Ministerio para la Transición Ecológica sigue adelante con su previsión de aprobar, antes de que acabe el año, el nuevo plan de cuenca del Tajo, sin desvelar el impacto real que tendrá en el Trasvase. Así lo manifestó el secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán, durante su intervención en las jornadas sobre 'Agricultura y agua en el Levante, presente y futuro', organizadas por el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura y LA VERDAD, el pasado 30 de septiembre. El presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, afirmó en Fruit Attraction «no poder entender» estas «inquietantes declaraciones», que son, a su juicio, «la sentencia de muerte del Trasvase y, por tanto, de la Región de Murcia». «El Ejecutivo autonómico va a utilizar todos los instrumentos que estén a su alcance: políticos, administrativos, institucionales y jurídicos. Vamos a hacer todo lo necesario para que no sea una realidad ese recorte del trasvase, porque no solo es algo importante para la Región, sino también para toda España», inquirió.

EN DETALLE

Las frutas más exportadas durante la primera mitad del año fueron:

Limón.
Uva de mesa.
Melón.

Y las hortalizas que más se exportaron fueron:

Lechuga.
Coles.
Pimiento.

Los principales destinos fueron:

Alemania
Reino Unido.
Francia.
Países Bajos.
Italia.

ron el limón, la uva de mesa y el melón en cuanto a frutas, y la lechuga, las coles y el pimiento, en hortalizas. En cuanto a los principales destinos de estos productos, destacan Alemania (27,07%), Reino Unido (17,43%), Francia (16,89%), Países Bajos (7,40%), Italia (4,82%), seguidos de Polonia, Bélgica, Suecia o Dinamarca.

A nivel global, esta 14ª edición de Fruit Attraction contó con la participación de 1.800 empresas expositoras de 55 países en más de 58.000 metros cuadrados, y reunió a unos 90.000 profesionales de 130 países. En total se habilitaron ocho pabellones de Ifema los que albergaron la gran oferta hortofrutícola de esta convocatoria.

YOLANDA MUÑOZ. Presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena

«El Puerto de Cartagena es fundamental para el crecimiento internacional del sector agro regional»

MADRID

S. T. La participación de la Autoridad Portuaria de Cartagena en Fruit Attraction ha dejado huella, sobre todo, entre los productores agroalimentarios de la Región. «Durante el networking las empresas se mostraron muy receptivas e interesadas en conocer todo lo que el Puerto les puede ofrecer para ganar en eficiencia y competitividad», asegura Yolanda Muñoz. **—¿Qué balance hace la Autoridad Portuaria de Cartagena de su paso por la feria?**

—Han sido unas jornadas muy intensas, pero han merecido la pena. Enriquece mucho conocer en primera persona la situación del sector, sus necesidades y, sobre todo, esa ilusión por seguir manteniendo vivo un sector que se caracteriza por su capacidad de resiliencia y por seguir desarrollándose a través de la innovación, la sostenibilidad y el uso de las tecnologías más avanzadas. El sector hortofrutícola de la Región de Murcia está considerado como uno de los más prósperos de Europa, así que todo lo que esté en nuestras manos para unir sinergias, no cabe duda de que siempre lo tendrán.

—¿Cómo han transcurrido las reuniones comerciales?

—Hemos tenido una agenda muy completa, aprovechando al máximo nuestro paso por Fruit Attraction. Nos hemos reunido con empresas importadoras y exportadoras del sector hortofrutícola, pero también con navieras y compañías de logística de la comunidad murciana y de fuera de ella. Nuestro departamento comercial y de Desarrollo de Negocio realizó una labor muy intensa incluso antes de que arrancara la Feria, contactando previamente con más de 200 empresas para concertar encuentros. Con algunas de ellas, tuvimos la oportunidad de reunirnos allí, y con otras hemos cerrado agenda para los próximos meses.

El resultado ha sido muy satisfactorio porque han sido las propias empresas las que nos han solicitado la apertura de nuevas líneas de negocio con mayor reclamo que nunca,

«Estamos realizando un gran esfuerzo en la diversificación de actividades y tráficos»

«La nueva terminal ofrecerá un servicio mucho más competitivo para el sector»

conscientes de que, desde el Puerto, se les puede abrir otras oportunidades más rentables para seguir desarrollando su actividad. Les hemos prometido trabajar codo a codo con cada una de ellas, analizando su situación actual y planteando soluciones personalizadas a través de nuestra terminal hortofrutícola, y más adelante, con Barlomar.

—¿Qué papel juega el Puerto de Cartagena para el sector agro regional?

—Jugamos un papel fundamental para el sector, principalmente, para impulsar su crecimiento y aumentar sus exportaciones y, al mismo tiempo, ofreciendo otros modos de transporte alternativos mucho más sostenibles y eficientes para la comercialización de sus productos. Estamos realizando un gran esfuerzo por la diversificación de actividades y tráficos, además de apostar por la intermodalidad como elemento clave de competitividad y de respeto medioambiental. A día de hoy, el Puerto de Cartagena cuenta con un importante volumen de importación de cítricos que complementa la desestacionalización de la producción de la Región y del país y que garantiza el suministro de este producto los 365 días del año al contar con una fecha de caducidad más prolongada.

Seguimos trabajando en la apertura de nuevas líneas para los productos perecederos; apostamos por la utilización del medio marítimo con plataformas alternativas al contenedor para hacernos más competitivos; nos hemos dejado la piel buscando otros mercados para abastecer a nuestros ganaderos, (principalmente, cuando sufrimos la crisis del cereal de Ucrania) y, estamos realizando un trabajo importante para conseguir que Escombreras conecte con el centro peninsular a través del ferrocarril.

—¿Qué importancia tiene el Puerto de Cartagena a la hora de facilitar la exportación del producto regional y la logística a nivel internacional para el sector agro?

—Desde Cartagena, las empresas tienen a su alcance una infraestructura realmente valiosa para poder exportar sus productos ya que en el muelle de San Pedro disponen de una terminal hortofrutícola preparada. Estamos siendo capaces de llegar a todas partes. Ofrecemos salidas semanales directas con Canarias, norte de Europa, norte de África y Reino Unido, pero también a cualquier destino del mundo mediante conexiones feeder. Siempre mantendré que quien nos descubre, repite. Barlomar va a convertir a Cartagena en la puerta de entrada y salida hacia Europa desde cualquier parte del mundo. Se trata de un modelo de eficiencia y sostenibilidad a nivel internacional y



Yolanda Muñoz, presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena. APC

que conjugará la ecoeficiencia con la intermodalidad para aumentar la operativa portuaria y la llegada de los buques portacontenedores más grandes del mundo.

Esta nueva terminal permitirá ofrecer un servicio mucho más competitivo para el sector hortofrutícola, con una cadena logística altamente especializada en la conservación de productos perecederos y, al mismo tiempo, establecer nuevas líneas de negocio totalmente personalizadas. La ZAL, junto con Barlomar, nos permitirá crear una gran articulación logística para Europa, moderna, eficiente y sostenible. Si hoy ocupamos las primeras posiciones del sistema portuario, será porque estamos en el camino y porque el trabajo que estamos realizando está dando sus frutos. Somos el primer puerto en importaciones y el cuarto en tráfico portuario.



La presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena, Yolanda Muñoz, en una de las reuniones comerciales en el marco de Fruit Attraction. APC

MADRID

EFQ. En su 14ª edición, Fruit Attraction ha batido récords. Ha superado las cifras de 2019, hasta ahora la mejor edición de su trayectoria, con 1.800 empresas expositoras de 55 países, más de 58.000 m² de oferta hortofrutícola y una previsión de asistencia de 90.000 profesionales de 130 países.

El Grupo Anecoop ha vivido durante los tres días de certamen un auténtico frenesí de actividad tanto en su stand como en el de su empresa especializada en ecológico, Solagora, atendiendo a clientes, proveedores, socios, medios de comunicación y a los profesionales interesados en establecer relaciones comerciales con la entidad.

Ha participado además en varias de las propuestas paralelas a la feria promovidas por organizaciones vinculadas al sector, como la mesa redonda 'La respuesta del sector hortofrutícola a los retos del mercado global', celebrada a instancias de Cajamar en su stand, en la que participaron el director general de Anecoop, Joan Mir, y el presidente de Alimer, Julián Díaz. El subdirector comercial operativo y responsable de logística, Agustín Planells, fue uno de los intervinientes en el Fresh Food Logistics The Summit, organizado por la publicación Alimarket. En el marco del foro Biotech, Nicolás Juste, técnico del departamento de Producción y Desarrollo, realizó una ponencia en la jornada 'Bioestimulantes: desde la investi-

EXCELENCIA. El nuevo producto, sometido a un panel de consumidores con resultados notables, representa una forma nueva de comer brócoli, potenciando así esta hortaliza

Brocomole, un premio y mucha actividad: Anecoop en Fruit Attraction

gación hasta el consumidor', organizada por Agrícola 2000.

También ha habido lugar para la presentación de novedades, como el 'Brocomole', un untado vegetal perfecto para 'dipear' elaborado con brócoli y aguacate y que se incorpora a la línea de especialidades que produce y comercializa su filial Janus Fruit bajo la marca 'Ysi? de Bouquet', que incluye hummus de aguacate, guacamole tradicional y picante, guacamole ecológico, hummus de garbanzos y salsa mexicana.

El 'Brocomole', que contiene un 54% de brócoli, ha sido sometido a un panel de consumidores coordinado por el centro tecnológico AINIA, con resultados notables en la mayoría de los parámetros: aspecto, color, aroma, sabor y consistencia. El 72% de los panelistas afirmaron que repetirían la compra, y un 78% indicó que comería más brócoli al consumirlo en este formato.

Una nueva forma de comer brócoli que para Anecoop supone dar aprovechamiento al producto de sus

socios que, por su aspecto o tamaño, no es viable en los lineales de frutas y hortalizas frescas y que, sin embargo, al mantener todas sus cualidades organolépticas en perfectas condiciones se puede emplear en la industria de V Gama. Hay que recordar además que Anecoop es una de las entidades socias de la asociación Más Brócoli, que integra profesionales cuyo objetivo es poner en valor el potencial de esta hortaliza para impulsar su consumo.

El broche a esta edición lo puso el Premio 'Estrellas de Internet' que la cooperativa de segundo grado ha obtenido al Mejor Facebook por su cuenta 'BouquetYsi?', dirigida a los consumidores. Con estos premios, la revista Fruit Today y un jurado independiente del que forma parte Proexport, entre otros, reconocen a las empresas del sector hortofrutícola que se esfuerzan cada día por tener una buena presencia en Internet. Con esta, Anecoop suma ya tres 'Estrellas' por su actividad en el entorno 'online'.



Brocomole, novedad de Anecoop presentada en Fruit Attraction. Anecoop

“
Cuando eliges
frutas y verduras
BOUQUET ...
DAS VIDA
PARA EL
CAMPO”

- Afianzas la POBLACIÓN al MEDIO RURAL
- Limitas el ABANDONO de CAMPOS
- Facilitas el RELEVO GENERACIONAL

Otras iniciativas en >>> bouquet.es

Comprando **BOUQUET** das más

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.






RACIONES DE COOPERACIÓN · LIBERTAD · RECONOCIMIENTO · VALENTÍA · FUTURO



La empresa cuenta con una flota de 1.200 vehículos entre camiones y furgonetas. J. Carrión / EFQ

GLOBAL. Ofrece soluciones flexibles por tierra, aire y mar para adaptarse a las necesidades de sus clientes

El Mosca continúa su crecimiento en el mercado internacional con la intermodalidad

MURCIA

L. M. El Mosca es una de las empresas de la Región de Murcia más visibles en la feria Fruit Attraction, una cita que permite a la empresa estar presencialmente junto a sus clientes, proveedores y amigos. Su stand muestra su imagen corporativa, un logo que se aprecia en camiones que recorren carreteras de toda Europa y otras partes del mundo y que es pura identidad para la compañía. «Somos fieles a nuestra cita anual. Son días frenéticos, de mucho trabajo, pero siempre sacamos muchas cosas buenas de esta experiencia», afirman desde la empresa.

El Mosca se ha consolidado en el sector del transporte y almacenaje de mercancías, transporte frigorífico congelado o refrigerado y transporte de gran volumen. En todos estos años, desde que comenzara su andadura en 1936, la empresa ha aspirado a transportar mercancías de todas las formas posibles. Gracias al esfuerzo de sus profesionales, lo que al principio era una aspiración, hoy en día es una realidad, moviendo mercancía por tierra, mar y aire. «La intermodalidad nos permite ser flexibles y ofrecer a nuestros clientes la mejor solución antes su necesidad», destacan desde la compañía.

Este valor se ha potenciado con la entrada de Logista en la estructura de la empresa, proyectando e impulsando a El Mosca a conseguir cotas más altas en esta primera

fase de adquisición por parte del que está considerado uno de los grupos logísticos más importantes de Europa. Un interés que para los profesionales de El Mosca se ha debido a su amplia experiencia en transporte marítimo.

En la actualidad, el transporte terrestre internacional supone para la empresa el 37% de su actividad, frente a un 8% del nacional (cuenta con una flota de 1.200 vehículos entre camiones y furgonetas de paquetería), seguido del marítimo internacional con un 24% de su actividad y un 15% en el ámbito nacional; un sector al alza. El resto de sectores ocupan un 10%, destacando entre estos el 'package' (4%) y el aéreo internacional (2%), siendo este último un foco de trabajo para El Mosca desde que comenzara a exportar en 2019 y siendo un aliado durante la pandemia, con tendencia a fortalecerse en los próximos años.

Un negocio para valientes

En palabras del director general en Transportes El Mosca, José Antonio Hernández, «la logística es un negocio para valientes». Y esa valentía la ha demostrado la empresa en todos estos años, superando los años más turbulentos para el sector con parones, con subida general de costes y precio del combustible. Ante todo esto, el equipo de El Mosca ha hecho frente a las adversidades



El equipo de El Mosca estuvo presente, un año más, en la feria. EFQ

profundizando en la «transformación y diversificación del negocio como parte de las líneas estratégicas ya definidas previamente y que están siendo el sustento para continuar en la línea de crecimiento y de mejora de la calidad de los servicios prestados a nuestros clientes que cada vez nos demandan en mayor medida», señalan. «Sin duda, sin el gran equipo que compone El Mosca, no hubiera sido posible. Es-

tamos muy orgullosos de nuestra plantilla», añaden.

Compromiso de futuro

El sector de la logística y el transporte es un sector cambiante y cargado de retos. Eso obliga a las empresas que operan en él a estar a la vanguardia de los avances tecnológicos. Es por eso que El Mosca dispone de almacenes con diferentes grados de automatiza-

ción, además de contar con softwares punteros que garantizan la trazabilidad y diferentes sistemas de gestión vitales para optimizar su día a día. Todo esto lo han facilitado las nuevas instalaciones con las que cuenta la compañía en el Polígono Hercas, con unas instalaciones de más de 40.000 m², con 100 muelles de carga y descarga para carga en frío y transporte multimodal.

Además, esta nueva sede permite a El Mosca mejorar las operaciones de almacenamiento, 'picking' y preparación de pedidos, con servicios de carga completa, grupaje y paquetería para productos secos, con temperatura controlada, refrigerados y congelados. Además, le permite ofrecer servicios de logística personalizada, demostrando la excelencia de la compañía y su capacidad para atender de forma personalizada las necesidades de cada cliente.

Demuestra con esta evolución su vocación de empresa global, con la prioridad de satisfacer las necesidades de sus clientes. A esta sede se suman cuatro delegaciones en el extranjero: dos en Portugal –Lisboa y Oporto–, Reino Unido y China, unidas a una extensa red de agentes por el resto del mundo. A todo esto se suma su compromiso con el medio ambiente y la logística verde, haciendo de la sostenibilidad una pieza clave en la estrategia empresarial de El Mosca.

MADRID

EFQ. Una edición más, Cajamar se ha erigido en su stand de Ifema en uno de los puntos de encuentro de referencia de Fruit Attraction, donde además de mostrar su apoyo a las empresas y profesionales del sector organizó un programa de encuentros para analizar los retos actuales y las perspectivas de futuro que tiene ante sí el sector agroalimentario.

Miembros del consejo rector de Cajamar, junto a directivos y técnicos de la entidad, entre ellos su presidente, Eduardo Baamonde; el consejero ejecutivo Bartolomé Viúdez; el director territorial Murcia, Diego González; el gerente de Negocio Agroalimentario, Francisco Hernández; el gerente de Empresas, Jesús Muñoz; y el director de Negocio, Fernando Morales, participaron en la feria para dar respaldo y reiterar su apoyo y compromiso al tejido empresarial y cooperativo del sector hortofrutícola murciano.

El expositor del Grupo Cajamar albergó asimismo la celebración de continuas reuniones de trabajo y mesas de debate con empresarios e investigadores, al objeto de abordar las principales tendencias del sector de frutas y hortalizas en materia de digitalización, las oportunidades que brindan los nuevos productos y formatos de envasado, desde el punto de vista de la salud, así como la importancia de impulsar un modelo de agricultura sostenible desde todos los puntos de vista, tanto económico como social y medioambiental.

Una treintena de expertos participó en estos encuentros de trabajo, entre ellos el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias de la Región de Murcia, Antonio Luengo; el presidente de Alimentos del Mediterráneo Sociedad Cooperativa (Alimer), Julián Díaz; y el director general de la startup murciana Biogreen Road, Alberto Fuentes.

En estos foros se analizaron, entre otras cuestiones, los desafíos del mercado global para las frutas y las hortalizas, las perspectivas de futuro, la digitalización y la sostenibilidad de los recursos hídricos, las posibilidades que ofrecen los bioproductos con la vista puesta en un modelo de agricultura sostenible, la importancia de la digitalización y la profesionalización del agro, así como las nuevas tendencias en productos en fresco, formulaciones y formatos de envasado.

Convenio con el Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas

En el transcurso de la feria, la banca cooperativa Cajamar rubricó un convenio de colaboración con el Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Técnicos Agrícolas de España, al objeto de ampliar e intensificar el actual programa de acciones entre ambas entidades, y que facilitará, además, que los miembros de los 26 colegios oficiales de ingenieros

ENCUENTRO. Asiste a la feria con una delegación de directivos y técnicos encabezada por su presidente, Eduardo Baamonde; el consejero ejecutivo Bartolomé Viúdez y el director territorial, Diego González

Cajamar analiza en Madrid los retos en sostenibilidad, salud y digitalización



Delegación de Cajamar con representantes del Gobierno regional encabezados por el presidente Fernando López Miras. Cajamar

‘Cuaderno de explotación digital’

El stand de Grupo Cajamar albergó también la presentación del ‘Cuaderno de Explotación Digital’ que está desarrollando Plataforma Tierra, y que corrió a cargo de su director, Alejandro Blaas, que fue el encargado de desgranar las novedades y funcionalidades de esta herramienta digital que facilitará la toma de decisiones del agricultor, tanto técnicas como económicas, en el trabajo diario que realiza en su explotación.

Blaas puntualizó que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha pospuesto hasta mediados de 2023 la obligatoriedad de gestionar este cuaderno de campo de forma telemática, ya que, en principio, su exigencia para el agricultor estaba prevista a partir del próximo 1 de enero.

técnicos agrícolas que hay en España puedan acceder a servicios y productos financieros en condiciones especiales y de forma personalizada. El acto de la firma tuvo lugar en el expositor de la entidad y corrió a cargo del director general de Cajamar, Manuel Villegas, y el presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Técnicos Agrícolas de España, Carlos Gutiérrez.

El director territorial de Cajamar en Murcia, Diego González; el gerente de Empresas, Jesús Muñoz; el director de Negocio, Fernando Morales; y el gerente de Negocio Agroalimentario, Francisco Hernández. Cajamar



ACTIVIDAD

Socio estratégico de las empresas agrarias de la Región de Murcia

MADRID

EFQ. Entidad financiera de referencia tanto en España como en la Región de Murcia, las raíces de Cajamar están unidas a los sistemas productivos locales, con los que ha ido creciendo año tras año.

Además, la banca cooperativa Cajamar es una de las entidades

significativas con mayor implantación y actividad en la Región, poniendo a disposición del sector agroalimentario su especialización no solo bancaria sino también a través de acciones de investigación, innovación, creación y transferencia de conocimiento en torno a la industria agroalimentaria, promo-

viendo y colaborando con actividades formativas, así como con las diferentes iniciativas cuyo desarrollo está impulsando, entre ellas la Plataforma Tierra, una herramienta diseñada para estimular la modernización y la digitalización del sector agroalimentario, y Cajamar Innova, una incubadora de empresas de alta tecnología del agua dedicada a la búsqueda de soluciones que coadyuden a mejorar la eficiencia en la gestión de un recurso estratégico para el futuro económico y social de la Región de Murcia.



LA FÓRMULA DE NUESTRO ADN AGRO: EL AGUA EL SOL LA TIERRA... Y LAS PERSONAS

LAS PERSONAS... LOS PROFESIONALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO.
ELLOS Y SU CONOCIMIENTO SON LOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA.

CON ELLOS TENEMOS NUESTRO COMPROMISO.



LANZAMIENTO. La marca presenta el dip de remolacha y el brócoli mole, dos novedades que están teniendo una gran aceptación en el sector 'retail'

La calidad y la innovación, baluartes de Bonnysa para conquistar nuevos mercados



MADRID

B. Maestre. El tomate es uno de los productos estrella de Bonnysa, empresa especializada en el cultivo de frutas, hortalizas y verduras. Es en la Región de Murcia donde se cosechan sus sabrosos y llamativos tomates, apreciados por los consumidores españoles y europeos. «Las condiciones que tenemos en Mazarrón y Águilas permiten el cultivo de ciertas variedades de tomate de manera óptima», sostiene Jorge I. Brotóns, director comercial de la marca, remarcando los principios de profesionalidad, experiencia y tradición por los que se rigen los agricultores murcianos. «Apostar por la Región es fundamental en nuestra estrategia», defiende, sobre todo porque en esta tierra también plantan calabacín.

Otro pilar fundamental es su línea de tropicales, con la papaya

cultivada en Tenerife como buque insignia, «que ha supuesto una alternativa real tanto por sabor como por calidad con respecto a la que procede de ultramar», explica Brotóns. A esto se suman las innovaciones que con acierto le están permitiendo un catálogo amplio.

Para muestra, la gama de untables vegetales ha crecido con dos nuevos productos. Uno es el dip de remolacha, que llama la atención por su formato de presentación y conquista hasta los paladares más exquisitos. El otro es el brócoli mole, que llega para completar la gama de guacamole, actualmente la más amplia del mercado, y es totalmente revolucionario porque une las propiedades de dos súper productos: el brócoli y el aguacate. «Los productos de innovación van aumentando su presencia en los lineales europeos, donde además de apostar por productos singulares para el consumidor, se valora el carácter fresco que ofrecen», apunta.

Así se puso de manifiesto durante su participación, una edición más, en la feria Fruit Attraction 2022, a la que califican de «rotundo éxito» por el ritmo de visitas programadas y por el volumen de solicitudes centradas en conocer la labor de Bonnysa con la uva, los tropicales de cultivo en Tenerife y las novedades de V gama. «Estamos especialmente satisfechos», apostilla.

La innovación forma parte del ADN de Bonnysa, de ahí que la

La satisfacción del cliente, esencial

Bonnysa lleva por bandera la calidad de todos sus productos, una declaración de intenciones que se cumple «trabajando muy duro y de manera constantes y poniéndonos en el papel del consumidor que quiere disfrutar de productos con sabor, 100% naturales y que sean respetuosos con el medio ambiente», confiesa Brotóns, cerrando el círculo de este concepto con la búsqueda de la plena satisfacción de los clientes tanto de retail como final.

compañía vislumbra un horizonte prometedor y lleno de oportunidades. «Queremos ir más allá en nuestras propuestas y seguir avanzando con mejoras en nuestro portafolio actual», reconoce el director comercial, al tiempo que desvela algunos de los retos que la marca está atendiendo para ser un referente en la mente de los consumidores. Entre ellos, destacan reducir el impacto ambiental, optimizar los procesos y métodos, desarrollar variedades sabrosas y estar a la vanguardia de la IV y V gama. «Nos enfrentamos siendo ingeniosos, ajustándonos tanto como sea posible y apostando por la calidad», remarca Brotóns.

PROYECCIÓN INTERNACIONAL

Ramiro Arnedo amplía su catálogo en lechugas para el Levante español

MADRID

EFQ. Pimientos de padrón híbridos que no pican, lechugas resistentes a enfermedades, pimientos de extraordinaria calidad para industria y adaptados a recolección mecánica, tomate de sabor con resistencias a enfermedades y cebollas híbridas de excelente conservación son

algunas de las novedades que la empresa Ramiro Arnedo presentó en la reciente edición de Fruit Attraction en Madrid.

Estas innovaciones son fruto del trabajo que se realizan a diario en los centros de investigación que la casa de semillas tiene repartidos por Murcia, Almería y Calahorra.

La compañía aprovechó su participación un año más en la muestra madrileña para proyectar internacionalmente todos sus productos, en los que mezcla tradición e innovación.

En este sentido, cabe señalar que Ramiro Arnedo dispone de variedades de pimiento y berenjena adaptadas a climas cálidos mediterráneos, por lo que su foco está en los países árabes del Norte de África. Además, cuenta con un amplio surtido de variedades con resistencias y buenos resultados en países de Europa del Este.

Aunque la prioridad de la empresa es la obtención de variedades con resistencias a enfermedades, también buscan mejoras en otras características como la producción, adaptación a diferentes condiciones de cul-



tivo y, sobre todo, buenas características organolépticas, principalmente el sabor. En lo que concierne a su línea ecológica,

la marca también presentó en Fruit Attraction el cada vez más extenso surtido de variedades disponibles.



CERLER

Ramiro  Arnedo
semillas

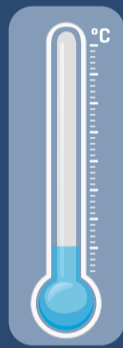
Precocidad y aguante en campo

EL MOSCA

GO
GLOBAL

ESPECIALISTAS EN TRANSPORTE REFRIGERADO Y CONGELADO DE TODO TIPO DE MERCANCÍAS PERECEDERAS

Contenedores frigoríficos



Control térmico

Vehículos isotérmicos



Productos frescos

968 389 111

elmosca@elmosca.com

elmosca.es

VALOR. La empresa familiar aboga por crear variedades de fruta de verano resistentes a enfermedades y adaptadas al cambio climático

PSB aumenta su calendario varietal con el desarrollo de nuevas nectarinas

MADRID

EFQ. La empresa familiar PSB Producción Vegetal inició hace 24 años un trabajo de hibridación para diferentes especies de fruta de hueso (albaricoque, nectarina, melocotón, paraguayo, ciruela y cereza), y en la actualidad continúa ampliando su calendario varietal, con criterios de selección muy estrictos basados en color y forma; tolerancia a enfermedades como Sharka, ECA, Xanthomonas, Monilia y bacterias; productividad; facilidad de la manipulación de la fruta en el almacén; adaptación geográfica, y estudio de las necesidades de frío.

El gusto, sin duda, es el criterio más valorado por esta compañía científica. La investigación de la fa-

milia Buffat se centra en aumentar el consumo de fruta en verano, sin renunciar al principio del sabor. «Desde hace cinco años, estamos introduciendo nuevas variedades de nectarinas tempranas, extra tempranas y más dulces, que nos van a permitir subir el consumo en un periodo relativamente complicado en las zonas de Europa. Desde el 20 de abril hasta el 20 de mayo, teníamos en el mercado nectarinas de gusto ácido y equilibrado, pero ahora con 'Copacabana', 'Altamira', 'Diamantina', 'Caracas', 'Ipanema' y 'Boreal' tenemos una gama subácida con un requisito organoléptico muy bueno para la época», explica Stéphane Buffat, director PSB Producción Vegetal.

Gracias a su propia producción de fruta de hueso y su comercialización, la marca conoce el mercado de la fruta de hueso y sus exigencias, por eso su principal objetivo es ser una referencia de compra 'satisfacción' con sus variedades y presentar fruta de sabor único excepcional siempre asociado a una presentación atractiva.

Por otra parte, PSB Producción Vegetal está desarrollando una gama de nectarina plana, compuesta por las variedades 'Luisella', 'CN64-1' (medio low chilling), 'Tintosa', 'Canoppe', 'Cookie' y 'CN592-15' (para zonas frías). De ellas, se percibe una gran expectación por 'Canoppe' y 'Tintosa', ya que se espera un gran desarrollo de estas variedades. «Esta nueva gama tiene un gusto más intenso, con muchos aromas, y es muy fácil de comer debido a su forma plana y tamaño ideal. Además, algunas de nuestras variedades de nectarina plana tienen una tolerancia a enfermedades como Monilia o Xanthomonas, lo que permite evitar fumigaciones excesivas y tener unas frutas más saludables, nuevo desafío de los próximos años», indica.

Uno de los nuevos retos de la empresa es la reducción de uso de fitosanitarios. «Este factor constituye una toma de conciencia general y un desafío mundial. Philippe Buffat y yo, fundadores de PSB, somos precursores de esta reflexión y al origen de concepto de tolerancia a varias enferme-



Delegación de PSB Producción Vegetal, en su stand de Fruit Attraction 2022. PSB

dades. A través de este trabajo, PSB garantiza una fruta más saludable», augura el director de la compañía.

PSB también orienta sus investigaciones a la adaptación de sus variedades al cambio climático, dado que «los expertos nos hablan de un cambio de uno a dos grados, y nosotros como agricultores y científicos nos damos cuenta de un cambio más brusco y más radical

ahora mismo. Todas las variedades que están en estudio deben ser adaptadas al clima que vamos a tener en la Región de Murcia dentro de diez años», afirma.

Con todo, la empresa organiza exposiciones de frutas y degustación con todos los agentes del sector: productores, técnicos, viveristas, compradores y consumidores, lo que permite estar siempre atentos a las necesidades del mercado.

LUISELLA
NECTARINA PLANA
-5 días Samantha-cov

CANOPPE
NECTARINA PLANA
+10 días Filoe-cov

ZODIAC
PARAGUAYO
-10 días Samantha-cov

COPACABANA
NECTARINA AMARILLA
-15 días Garofa-cov

CARACAS
NECTARINA AMARILLA
Época Garofa-cov

ALTAMIRA
NECTARINA BLANCA
-5 días Boreal-cov

comerciales@psbproduccionvegetal.com | T. (+34) 868 081 419

BALANCE. La compañía valora positivamente los objetivos logrados en la feria, donde el volumen de reuniones con empresarios nacionales y extranjeros supera las expectativas

Cricket consolida su imagen de marca e incrementa su proyección internacional

MADRID

EFQ. Finalizada ya Fruit Attraction, feria a la que Cricket ha acudido durante los últimos doce años y que esta edición ha batido récords de asistencia y participación. Unos números que se han traducido en un balance positivo para Cricket, que afronta la próxima campaña con optimismo y garantías de negocio.

En palabras de Juan Marín, director general de Cricket: «Estamos muy satisfechos con los resultados de esta edición de Fruit Attraction. Después de estos dos años, (2020 suspendida y 2021 con menos afluencia debido a la pandemia por Covid-19) vemos a nuestros clientes aquí, incrementándose incluso la afluencia de reuniones nacionales e internacionales respecto a ediciones anteriores». Un resultado que ha superado las expectativas de la compañía, dada la compleja situación que ha vivido y está viviendo el sector durante las últimas temporadas. «Apenas hemos hablado de costos, porque creo que



Equipo de Cricket, junto al doble estrella Michelin Pablo González (c), en Fruit Attraction. Cricket

llevamos hablando prácticamente todo un año sobre el tema, los clientes saben que los costos están ahí y que para dar garantía de servicio y suministro, es preciso asumir los márgenes de forma compartida», concluye Marín.

Siguiendo la línea que ha caracterizado a la compañía durante los últimos años, Cricket aboga por la sostenibilidad y la calidad, en un compromiso con el futuro de todos. Valores que puso de manifiesto en cada uno de los mensajes lanza-

dos en el transcurso de la feria y que quedaron materializados en la estructura y construcción de su propio stand. Un concepto innovador en el que todos los elementos responden al universo Cricket, de cuidar aquello que nos cuida, utilizan-

Apuesta por la alta cocina de la Región

Cricket contó con la presencia en su stand del reconocido chef murciano dos estrellas Michelin, Pablo González, quien ofreció diversos 'showcooking' con algunos de los productos de la compañía como kale, coliflor o brócoli. Exhibiciones en las que se llevó a cabo la preparación de diferentes platos para ensalzar el valor de las hortalizas y el producto de proximidad como protagonistas de elaboraciones de vanguardia.

do materiales 100% naturales, sostenibles y reciclables, como la madera o el cartón, e incluso introduciendo las propias cajas de distribución del producto para conformar algunas de las paredes. Un diseño realizado por el estudio de arquitectura Dos42 en colaboración con la agencia de comunicación BIA3 Consultores.

'Huertas, el origen'

La compañía recogió el pasado 6 de octubre el reconocimiento a mejor relato de #Agroinspiración otorgado por Fruit Attraction. 'Huertas, el origen' narra en primera persona el nacimiento y evolución de Cricket a lo largo de los años.

Cricket

VISION
CLARA
DE FUTURO,

TRADICIÓN
INTACTA



LOGROS. Empresarios y directivos de las firmas asociadas ganan la confianza de clientes y proveedores en la feria más multitudinaria

Proexport: «A Fruit Attraction fuimos a proteger el futuro de 30.000 familias de la Región de Murcia»

MADRID

EFQ. Empresarios, directivos y comerciales de las empresas de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) acudieron a esta edición de Fruit Attraction «más pendientes que nunca de que en sus negociaciones con clientes y proveedores se protegiesen las cerca de 30.000 familias a las que damos empleo directo. Son agricultores, trabajadores y profesionales de un sector del que somos líderes en Europa, pero que cada día se encuentra más amenazado».

Así lo señaló Mariano Zapata, presidente de Proexport, quien añadió que «Fruit Attraction es nuestra feria, el mejor lugar en el que hacer negocios, pero también un espacio para el diálogo en el que nos reunimos con la principales federaciones del sector hortofrutícola en España y Europa, como Fepex, AREFLH o Fruit Vegetables Europe, para compartir estrategias y trabajar unidos por la competitividad y sostenibilidad de empresas y agricultores».

Los stands de las empresas asociadas hirvieron de actividad los tres días de feria, atendiendo las visitas comerciales de mayoristas, importadores, agentes comerciales, jefes de compras de supermercados e hipermercados, 'discounters' y procesadores de alimentos. El director de Proexport, Fernando Gómez, señaló que «también hemos podido mantener interesantes encuentros con casas internacionales de semillas, empresas de logística, de maquinaria agrícola, de fertilizantes, de envases y embalajes, de digitalización o de biotecnología que tienen en nuestra moderna agricultura a su principal cliente. Con todos ellos desarrollamos relaciones de confianza y proyectos a largo plazo que nos hacen más competitivos».

Visita del ministro Luis Planas y de Núñez Feijóo

El stand de Proexport recibió la visita del Ministro de Agricultura, Luis



Responsables de Proexport en la visita del ministro Luis Planas (c) al stand. Abajo a la derecha, Núñez Feijóo (c), en compañía del presidente regional Fernando López Miras (d), saluda al presidente y al director de Proexport, Mariano Zapata (i) y Fernando Gómez, respectivamente. Proexport

Planas, al que el presidente de Proexport pidió su personal implicación para apoyar la producción hortofrutícola del Sureste y frenar los recortes al Trasvase Tajo-Segura, que se plantean desde el Ministerio de Transición Ecológica.

También visitaron el stand de Proexport el presidente regional, Fernando López Miras, junto al presidente del Partido Popular, Alberto Núñez Feijóo, quien departió con empresarios y se interesó por las necesidades del sector murciano. Muy comentada fue también la presencia del presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, que admitió verse gratamente sorprendido por el vigor comercial y productivo del sector hortofrutícola español.

«A todos ellos les mostramos el enorme potencial que todavía tiene el sector hortofrutícola español

y murciano para generar empleo, riqueza y bienestar. Les pedimos su apoyo e implicación para contribuir a dar solución a los problemas y retos que afronta el sector», apuntó Fernando Gómez.

Durante los tres días de feria la actividad fue frenética. Como ya anticipaba Zapata, «las negociaciones han sido intensas, puesto que las circunstancias del mercado, geopolíticas y económicas se han modificado y están estresando la producción en origen y toda la cadena de suministro». Con todo, el presidente de Proexport aseguró que «en todo momento se ha trasladado un mensaje de tranquilidad con respecto a la capacidad de suministro de los productores de la Región de Murcia, alejando cualquier duda sobre posible desabastecimiento».



BONNYSA
Desde 1956

EN LA UNIÓN ESTA LA FUERZA

El guacamole con brocoli

BONNYSA
Desde 1956

BROCOLI - MOLE
El guacamole con brocoli

INGREDIENTES: Pimiento de pimiento, aceite de oliva virgen extra, ajo, cebolla, tomate, sal, pimienta y comino. Consumir preferentemente antes de ver envase. Conservar entre 10°C y 7°C. Una vez abierto conservar en el frigorífico durante un período máximo de 3 días. (Este producto no contiene gluten ni lactosa).
 VALORES NUTRICIONALES: Valor energético 120 kcal / 124 kcal. Grasas 10 g. - de las cuales saturadas 1,7 g. Hidratos de carbono 10 g. - de los cuales azúcares 0,8 g. Proteínas 2,9 g. Sal 1,1 g. *E.E. y fibra de 24 g. (E.E. y fibra de 24 g.)

bonnyssa.es

Región de Murcia

La Huerta de Europa

2022



INNOVACIÓN
TRADICIÓN
SOSTENIBILIDAD
CALIDAD
SABOR

Vehículo SmartTruck de Primafrio. Foto: Grupo Primafrio



REFERENTE. Grupo Primafrio consolida su importante apuesta en estos dos ejes estratégicos, que permiten que se posicione entre las seis compañías con mejor rating ESG a nivel mundial

Innovación y la sostenibilidad, claves en el sector de logística y transporte

MADRID

EFQ. El sector de la logística y el transporte por carretera ha experimentado en los últimos años un importante avance en su actividad. Su profesionalización y cualificación le han posicionado como una actividad económica esencial para los países, y su capilaridad y resiliencia le han permitido adaptarse a los continuos

cambios que exige el mercado internacional. A este escenario hay que sumar otra vertiente que incide de forma directa en la logística y el transporte y que, desde hace varios años, está cambiando el modus operandi del sector: la influencia del cliente final.

Hoy en día, cuando realiza la compra en un supermercado, el cliente espera que todos los lineales es-

tén completos, que estén disponibles todos los productos o marcas, que exista la variedad de frutas y hortalizas que se corresponden con la época del año y que la calidad de todos estos artículos sea perfecta. Esta demanda, lógica y necesaria para los ciudadanos, se consigue abordar con éxito gracias a los distintos actores que intervienen en la cadena de suministro.

Uno de esos actores, el operador logístico internacional líder en Europa en transporte por carretera de productos hortofrutícolas a temperatura controlada, es Grupo Primafrio. Su importante apuesta en dos ejes estratégicos como son la innovación y la sostenibilidad le han permitido posicionarse como una de las 6 compañías del sector de la logística y el transporte con

mejor rating ESG a nivel mundial (según el ESG Risk Rating que elabora la firma Sustainalytics).

Este posicionamiento surge de la puesta en marcha de distintas acciones encaminadas a realizar un servicio de calidad, pero un servicio que también sabe cuidar su impacto medioambiental y que integra la última tecnología para velar por la seguridad y la eficiencia de su actividad.

'Lean & Green' e hidrógeno

Con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2030, Primafrio se ha adherido a la iniciativa 'Lean & Green', ha obtenido la Acreditación Flota Ecológica otorgada por AEGFA (Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles) y ha fundado, en colaboración con otras empresas líderes, la nueva Asociación Sectorial del Hidrógeno Verde de la Región de Murcia (AHMUR).

En cuanto a innovación, el operador logístico internacional ha incorporado el uso del procesamiento inteligente con algoritmos 'machine learning', internet de las cosas, inteligencia artificial y ciberseguridad, técnicas que le permiten una mayor optimización de los procesos y recursos empleados, lo que se traduce en una constante mejora de su ratio de emisiones por kilómetro recorrido o por kilovatio consumido en sus cinco sedes.

También ha establecido estrecha relación con centros de investigación (Fundación Cotec, Fundación Isaac Peral y EMURI), universidades (UMU, UPCT y UCAM) y empresas tecnológicas de todo el mundo para generar y transferir conocimiento, y colabora con varios proyectos internacionales.

Primafrio presentó sus avances

Fruit Attraction contó con la participación de Primafrio que, en el marco del evento, ha presentado sus avances en innovación tecnológica y sostenibilidad. El operador logístico también acercó a clientes y 'stakeholders' la actividad desarrollada por Primavera y Primavia, 'joint ventures' con las que el grupo da respuesta a nuevas demandas del sector como son la especialización en el grupo hortofrutícola, o la intermodalidad entre el tren y el camión en Europa.



Estand de Primafrio en Fruit Attraction. Primafrio

MADRID

EFQ. Alimer ha mostrado su satisfacción por su paso en la feria Fruit Attraction 2022 que se celebró con éxito en el recinto ferial de Ifema Madrid. Para la cooperativa Alimer esta feria supone un importante escaparate internacional, donde da a conocer su empresa y los productos que comercializa a todos sus clientes actuales y futuros.

El departamento comercial de Alimer ha tenido la oportunidad de cerrar nuevos acuerdos y contratos, lo que supone un gran impulso para la cooperativa de cara al próximo año, y optimismo para todos nuestros socios cooperativistas, ante una situación complicada del sector, por los incrementos en los gastos de producción.

Este año la cooperativa Alimer expuso una gran variedad de frutas y hortalizas, con especial relevancia a los productos BIO, y flor cortada, que han contado con un especial apartado en su stand.

La presencia en la feria también ha dado a la cooperativa la oportunidad de poder presentar la nueva asociación Foros de Comercio Ético, que corrió a cargo de Julián Díaz García, presidente del Consejo Rector de Alimer, cooperativa que preside la Junta Directiva de la asociación. Julián Díaz trasladó un mensaje a los presentes en el que describió las líneas de actuación que se seguirán en el futuro, y que continuarán con el trabajo realizado hasta el momento.

Los Foros de Comercio Ético son una de las iniciativas de colaboración multi-actor más conocidas a nivel internacional y han logrado un diálogo y compromiso transparente entre la cadena de suministro de la industria agroalimentaria

Expuso en la feria gran variedad de frutas y hortalizas, con especial relevancia de los productos BIO

Los Foros de Comercio Ético son la base para que el sector sea realmente sostenible

AVANZANDO. La cooperativa celebra con optimismo la oportunidad de cerrar en la feria más acuerdos y contratos, lo que supone un gran impulso de cara al próximo año

Alimer presenta entre gran expectación la nueva asociación Foros de Comercio Ético

y sus partes interesadas, al tiempo que obtiene impactos relevantes en la sensibilización, la mejora de la vida de los trabajadores y el respeto al medio ambiente.

La filosofía de estos foros contempla que todo trabajador tiene derecho a disponer de unas condiciones de trabajo decentes en libertad, igualdad, seguridad y dignidad, y los Foros de Comercio Ético creen que es necesario que estas condiciones, junto con unas prácticas ambientales responsables, sean la base para que el sector agroalimentario sea realmente sostenible.

La cooperativa Alimer, suma a otras muchas actuaciones que ya desarrolla, la apuesta por esta iniciativa colaborativa, que esta liderada por los propios agricultores, cooperativas y empresas del sector, aun mas desde la creación de la Asociación, lo que significa que se comparten y se aprovechan las buenas practicas y la

experiencia de sus miembros para encontrar soluciones a cuestiones difíciles. Es un esfuerzo continuo por concienciar, crear capacidad y proporcionar herramientas prácticas, lo que permite a los agricultores, empresas y cooperativas del sector lograr mejoras en sus operaciones.

Alimer ha compartido con los clientes y visitantes su compromiso con la sostenibilidad y viabilidad de un proyecto empresarial y cooperativo, que suma los esfuerzos de más de 1.800 familias asociadas en pro de un objetivo claro: mejorar los resultados de las explotaciones de los socios desde la eficiencia en todos los procesos productivos, hacia los clientes más exigentes.

Crecimiento superior al 9%

Actualmente, Alimer comercializa más de 160 millones de kilogramos de frutas y hortalizas durante todo el año. La cifra neta de negocio de esta cooperativa, la mayor de la Región, ascendió a 256 millones de euros en 2021 y mantiene desde su fundación un crecimiento medio continuo superior al 9%.

Alimer recibe una prestigiosa certificación de sostenibilidad

El profundo compromiso que establece Alimer por el respeto al medio ambiente llega al punto de llevar a la cooperativa a diseñar el stand de la feria Fruit Attraction de acuerdo con los requisitos establecidos en las normas de certificación de sostenibilidad 'eventsost' (Certificate Of Compliance C-027-22), del que recibió en Ifema el correspondiente certificado, siendo muy aplaudido y bien recibido tanto por clientes como socios de la cooperativa, que valoran igualmente este compromiso.



El presidente del Consejo Rector de Alimer, Julián Díaz, presentó allí la nueva asociación Foros de Comercio Ético. Alimer



Julián Díaz recoge el 'Certificate of Compliance C-027-22'. Alimer



Alimer®

ALIMENTOS DEL MEDITERRANEO S.COOP

MADRID

S. Triguero. Tres décadas contemplan la impecable trayectoria de Cot International, que tampoco faltó a la cita con Fruit Attraction, de nuevo con el objetivo de mostrar sus avances en el desarrollo de nuevas variedades de fruta, experiencia empresarial que valoran muy positivamente los fruticultores europeos y mundiales ante los retos a los que se enfrenta la agricultura a nivel global.

Cot International destaca por ser una compañía de referencia en la creación y edición de nuevas variedades frutales, especialmente en albaricoque, ciruela y cereza, donde ha alcanzado la excelencia. «En estos 30 años hemos ganado bastante experiencia y seguimos con mucho ánimo a la hora de avanzar en nuestra labor de creación de variedades», asegura Pascal Bassols, responsable técnico de la empresa francesa.

La compañía valora positivamente su participación en una feria de la importancia de Fruit Attraction por la oportunidad que brinda de mantener reuniones comerciales productivas y consolidar su posición en el mercado, al tiempo que abre nuevas vías de negocio con otras empresas frutícolas, especialmente entre los productores de albaricoque, ciruela y cereza, que muestran un grado de fidelidad muy alto hacia Cot International por la calidad gustativa y el potencial agronómico que ofrece.

TREINTA ANIVERSARIO. La empresa francesa logra importantes avances en el desarrollo de variedades tempranas con bajos requisitos de frío

COT International presenta nuevas variedades de albaricoque, ciruela y cereza de gran calidad gustativa



Marie Laure Eteve, directora general de Cot International, y Pascal Bassols, responsable técnico y comercial. LV

El propio Pascal Bassols destaca el interés que despertaron en Madrid las nuevas variedades que

entran en el catálogo este año: tres variedades tardías de albaricoques, una de cereza y una más de cirue-

la. La sólida reputación de Cot International siempre despierta el interés de los fruticultores.

Curiosamente, el catálogo que presenta Cot International para España incluye cuatro nuevas selecciones que se han desarrollado en sus huertos de creación en Abarán. En el caso de los albaricoques se trata de variedades muy tempranas, con brix elevado, y que cuentan con la ventaja de no haber sufrido el embate de las fuertes lluvias de primavera que se registraron en la zona.

La empresa valora positivamente los avances alcanzados en materia de adaptación climática. «Es muy importante en nuestro trabajo de hibridación y nuestro campo de Murcia nos sirve sobre todo para ver los avances en este punto y ofrecer variedades frutales con bajos requerimientos de frío, especialmente para las variedades más tempranas».

Convenio con el Imida

La dirección de Cot International destaca igualmente la importancia que tiene el convenio de colaboración firmado en diciembre del pasado año con el Imida para conocer las porciones de frío necesarias para mantener sus variedades con la máxima calidad y propiedades. «Es una manera de calcular las horas de frío mucho más complicada, pero al mismo tiempo permite entender mejor la adaptabilidad en zonas cálidas como la Región de Murcia y seguir avanzando en la creación y desarrollo de las variedades que producimos».

ALBARICOQUE – CEREZA – CIRUELA



DE DIVERSIFICACIÓN E INNOVACIÓN



Pulsa este código QR con tu smartphone y consulte ¡nuestro Catálogo !



COT INTERNATIONAL SARL
Investigación y distribución de nuevas variedades

Mas de la Condamine - Chemin de l'abricot
30230 BOUILLARGUES - FRANCE
Tél. : +33(0)4 66 70 09 23 - GSM : +33(0)6 81 40 02 82
contact@cot-international.eu

www.cot-international.eu





Rafael Muñoz Rubio en las instalaciones de DHL. DHL

RAFAEL MUÑOZ RUBIO. Director de Transporte de DHL Supply Chain España

«La logística del frío es fundamental para el producto hortofrutícola»

MADRID

EFQ. Rafael Muñoz Rubio, director de Transporte de DHL Supply Chain España, analiza la situación de la logística del frío. La flexibilidad y agilidad para alcanzar los exigentes plazos de entrega 'del campo a la mesa' son claves para el éxito del mercado hortofrutícola murciano, que encuentra en esta modalidad logística el mejor aliado para dar cobertura a sus crecientes necesidades de distribución en España y de exportación a otros países.

–La pandemia consolidó nuevas tendencias de consumo y disparó la compra 'online' de productos de alimentación, incluyendo fruta y verdura. ¿A qué retos se enfrenta la logística en este nuevo paisaje?

–El más importante es el de asumir y resolver en tiempo real volúmenes irregulares, con sus picos. Se dan fluctuaciones y hay que ser muy flexible y ágil para controlar todos los procesos en permanente conexión tanto con productores como con destinatarios. Otro de los retos para el sector logístico ahora mismo es la dificultad para encontrar profesionales, especialmente en el área del transporte para largas distancias. Un problema que esperemos no se convierta en estructural. Y no olvidemos el incremento de los costes de la energía, que nos afecta a todos.

–¿Qué supone el transporte en



Camión de DHL. DHL

frío para DHL Supply Chain?

–El transporte genera casi la mitad del negocio en DHL Supply Chain. El 50% de ese total es transporte en frío, área que es fundamental para el producto hortofrutícola y en la que hemos tenido crecimientos muy importantes en los últimos ejercicios, superando ampliamente el millón de palés al año. Trabajamos tanto a escala nacional como en exportaciones de fruta y verdura a Portugal, Alemania, Francia y Países

Bajos. Alrededor del 30% de la fruta y verdura que movemos en España es para exportar, y preveemos seguir creciendo.

–¿Qué es lo más importante en la operativa de frío?

–En el transporte de productos frescos el tiempo de recorrido y que no se comprometa la temperatura. La flexibilidad y agilidad para alcanzar los exigentes plazos de entrega que tenemos desde el campo hasta la mesa son fundamentales. DHL tiene la masa

crítica, los modelos, los sistemas, los recursos y las tecnologías para hacerlo.

–¿De qué manera se apoyan en la tecnología?

–Contamos con sistemas de predicción de la demanda bajo sofisticados algoritmos de Inteligencia Artificial. La flota de camiones ha de posicionarse cuando aún no conocemos exactamente los pedidos de fruta y verdura que hemos de recoger por lo que nuestros modelos tecnológicos nos permiten

ajustar los camiones una vez están ya posicionados. Otro aspecto clave es la utilización de 'software' de optimización de las cargas para ser más eficientes, tanto desde el punto de vista operativo como del ecológico, así como software para la combinación de cargas y reducción de kilómetros en vacío. Además, nos estamos integrando con clientes en proyectos como el de 'papel y cartón cero', en el que trabajamos con nuestros transportistas.

–¿Qué flota gestiona actualmente DHL en el segmento de la temperatura controlada en España?

–No tenemos camiones propios; trabajamos con una red de colaboradores. Movemos algo más de 600 camiones de frío. Contamos con una red de tráileres para largas distancias y otra red para la distribución capilar. La flota a temperatura controlada representa, aproximadamente, el 50 por ciento de toda la de DHL Supply Chain en España.

–¿Cómo son las relaciones con los transportistas?

–Cuando subcontratas el transporte es necesario organizarse bien para no solapar costes y estructuras, y ahí juega un papel crucial la digitalización. Tenemos la visión completa de la cadena de suministro y colaboramos con empresas transportistas que gestionan las flotas y los recursos humanos.

–¿El ferrocarril puede ser una alternativa a la carretera para los tráficos de contenedores refrigerados (reefer)?

–En 2019 empezamos a utilizar el 'reefer' en exportación, sobre todo a Alemania. Para nosotros es una realidad y suma también para la reducción de la huella de carbono. Creo que tiene más potencial para flujos internacionales que para movimientos dentro de la península. En Europa se debería flexibilizar más este modo de transporte, que actualmente es muy rígido.

–¿Prevén incrementar sus tráficos por ferrocarril?

–Es una necesidad que nuestros clientes cada vez demandan más y, sí, queremos potenciarlo.

–¿Cómo se concreta la apuesta de DHL por la sostenibilidad?

–Como organización ya se propuso la compañía hace más de una década que para 2020 quería reducir las emisiones un 30 por ciento. Esto ya lo conseguimos en 2017. Fuimos la primera empresa de logística que se comprometió a alcanzar las cero emisiones 2050, con un punto intermedio de llegar al 50% en 2025. DHL invierte en diferentes líneas como organización, no solo por lo que respecta a la logística del frío.

–¿En qué aspectos?

–Desde investigar en la utilización de carburantes menos contaminantes para los aviones de carga, como en vehículos y aeronaves eléctricos o instalaciones cien por cien sostenibles, entre otras muchas facetas y proyectos. La apuesta de la compañía es firme, con inversiones previstas de más de 7.000 millones de euros hasta 2030.

EXPECTACIÓN. Purple Magic, el primer brócoli morado del mercado, premio Influyente 2022, acapara el interés del sector

Los Premios Sakata deslumbran en Fruit Attraction

MADRID

EFQ. La Fundación de los hermanos Gasol, Mikel Iturriaga, Lucía Mi Pediatra, Juan Revenga y Vicky Sevilla se han alzado este año con los codiciados Premios Sakata. Presididos por Martín Berasategui y presentados por los Hermanos Torres, estos galardones reconocen el talento y el trabajo que realizan los profesionales para divulgar la alimentación saludable.

Al evento, que ha reunido en el stand de Sakata a más 100 personas, también han acudido galardonados de ediciones anteriores como los chefs David de Jorge, Carme Ruscalleda o la divulgadora Boticaria García. Unos premios llenos de emociones y propósitos para todos los reunidos allí. Mikel Iturriaga, director de orquesta y cara visible de El Comidista, ha desmitificado que la comida sana sea aburrida. La divulgadora Lucía Mi Pediatra, con casi un millón de seguidores, ha destacado: «gracias a las redes y a los libros puedo ayudar a millones de personas en dos minutos». El reputado nutricionista Juan Revenga ha agradecido el trabajo de empresas como Sakata para apoyar iniciativas saludables. La chef Carme Ruscalleda ha dicho que las mejores páginas de la gastronomía están aun por escribirse y lo harán las nuevas generaciones como Vicky Sevilla, la chef más joven con una estrella Michelin, a la que ha entregado el premio. Pau Gasol, fundador junto a su hermano de la Gasol Foundation, ha puesto en relieve el gran problema de la obesidad infantil. Javier Bernabéu, gerente de Sakata, ha cerrado el acto haciendo un llamamiento a utilizar la ciencia para combatir la información fraudulenta: «frente a los gigantes de la alimentación ultraprocesada, disfrazados de inofensivos molinos de



Responsables de Sakata, con algunos de los premiados esta edición y galardonados en ediciones anteriores. Sakata

viento, tenemos que ser quijotes con la lanza de la información en ristre».

Fruit Attraction ha sido el escenario elegido para presentar en sociedad al primer brócoli morado del mercado, premio Influyente 2022. Purple Magic, la mayor revolución en brócoli de los últimos años, ha generado gran interés en el sector. Tanto, que el ministro de Agricultura, Luis Planas, se ha acercado a conocerlo. Color e innovación que también han venido de la mano de Lisboa, Berlín y Purpurina, un trío de coliflores a todo color y la nueva gama de cebollas: amarillas, rojas y blancas.

La horticultura almeriense, punto estratégico para la empresa, ha estado presente con los pimientos tipo california, Sibac y Juma, al que recientemente se ha sumado el nuevo pimiento italiano Vima. Los pepinos holandeses, Izal y Dorian han dado un 'toque musical' al stand, mientras que el Cherry

marón Chocostar, el Cherry amarillo Lemonstar y el tomate rosa han apostado por una calidad estrella que los define: el sabor. Del campo murciano han aterrizado también las novedades en melón piel de sapo, Grand Bernabéu, y el brócoli Leónidas.



Equipo profesional de Sakata desplazado a Madrid, en la presentación de Purple Magic. Sakata

No ha faltado Bimi, que ha estrenado en primicia su nuevo look, un packaging más moderno, atractivo, colorido y con visuales iconos informativos fáciles de entender. El objetivo: ser más visible y reconocible en el lineal del supermercado. Love Klabaza, el proyecto

que nació de la unión de los productores de España y Portugal junto a Sakata, también ha estado de enhorabuena. Su campaña 'si me quieres, dame calabazas' ha sido galardonada por los Premios Estrella de Internet otorgados por la revista 'Fruittoday'.

**Purple
MAGIC**

Un hechizo para los sentidos

SAKATA
PASSION in Seed

MADRID

S. Triguero. Ibarra Lorca SL y la empresa importadora Roter Maquinaria, ambas del mismo grupo y especialistas en la comercialización de maquinaria agrícola, hacen un balance positivo de su participación en Fruit Attraction, en una edición que califican de «muy potente por la gran afluencia de público y por la oportunidad de crecimiento que representa para las empresas que participan, sobre todo por su carácter internacional».

En el transcurso de la feria, los responsables desplazados a Madrid constataron que aproximadamente uno de cada cuatro visitantes con los que establecieron contacto profesional eran de otro país. «Esta edición nos ha permitido mantener y retomar relaciones con clientes afianzados, a la vez que se creaban otras nuevas», aseguran desde la dirección de ambas empresas, que destacan por contar con un equipo de más de 40 profesionales y unidades móviles de servicio técnico que garantizan un servicio de asesoría integral de venta y postventa.

Ibarra Lorca y Roter Maquinaria destacan por aportar soluciones para todas las fases del proceso de cultivo, desde la preparación de suelo, la siembra/trasplante, conservación y tratamientos hasta la recolección. Además, importan todo tipo de innovaciones al sector agrícola, ofreciendo así nuevas y constantes propuestas a sus clientes, que ven reducidos los costes de mano de obra

EXCELENCIA. Dan respuesta al creciente interés de los productores que buscan maquinaria que les permita reducir sus costes en el campo

Ibarra Lorca y Roter Maquinaria, aliados de las soluciones agrícolas más avanzadas y eficientes



Responsables de Ibarra Lorca y Roter Maquinaria en Fruit Attraction. I. L.

y consumos energéticos. En su catálogo también incluye modelos de agricultura ecológica que están teniendo buena respuesta.

Conscientes del creciente interés de los productores de buscar maquinaria que les permita reducir sus costes, Ibarra Lorca y Roter

Maquinaria acudieron a Fruit Attraction con lo último en tecnología a nivel mundial, dando a conocer máquinas que permiten maximizar los

recursos disponibles, en el marco de una agricultura cada vez más ecológica. Por ejemplo, la sembradora Modula captó la atención en gran medida. Se trata de una máquina de precisión que permite sembrar y extender una cobertura biodegradable para el ahorro de agua, evitando el uso de fitosanitarios, así como usar un sistema de corte y enterrado al final de las calles, todo ello en una sola pasada, reduciendo los costes humanos, energéticos y de infraestructuras.

Ibarra Lorca y Roter Maquinaria han mostrado una gran capacidad de adaptación a la revolución tecnológica que rodea al sector agrícola en los procesos de industrialización y mecanización, convirtiéndose en referentes. Así explican el cambio: «Antes en el campo se recolectaba a mano y posteriormente se procesaban los productos en plantas industriales, pero ahora estos procesos secundarios se pueden realizar en el propio campo, reduciendo los tiempos y costes de producción, y aumentando la calidad y frescura de los productos». Y aquí es donde entra en juego Ibarra Lorca y Roter Maquinaria, que han sabido especializarse en este tipo de maquinaria, consolidando las relaciones con fabricantes y clientes a nivel nacional e internacional. «Todo ese aprendizaje nos permite asesorar a pie de campo a nuestros clientes, sobre las necesidades y especificidades de cada cultivo, tipo de tierra, fase del proceso productivo...», aseguran.

RMA

ROTER MAQUINARIA AGRICOLA

ibarralorca

*Sembrando Compromiso
creando Futuro*

P.I. Saprelorca, C/ Río Castril, n.º 5, Apto. 1023
30800 LORCA (MURCIA)
Tel. +34 968470908 – Fax. +34 968468380
e-mail: info@forigo.es • www.forigo.es

Calle Primero de Octubre, 25 • 30800 LORCA
Tfno.: 968 46 71 09 - 968 46 71 50 - Fax: 968 46 83 80
e-mail: central@ibarraservicios.com • web: www.ibarraservicios.com



FORIGO

ORTONEC

HARDI

**COSTRUZIONI
MECCANICHE
Ferrari**

OLIVER

CAMBIOS. Bajo el lema 'Colourful life', la compañía busca fomentar el consumo de frutas y verduras como parte de una dieta saludable

Rijk Zwaan presenta sus novedades en Fruit Attraction

MADRID

EFQ. Los consumidores son cada vez más exigentes y están preocupados por el cuidado del medio ambiente y la alimentación saludable. Por ello, el sector de las frutas y verduras se enfrenta al gran reto de adaptarse a esto con propuestas tan competitivas como las que Rijk Zwaan presentó en la feria internacional Fruit Attraction, que se celebró la pasada semana. En este encuentro, la firma promocionó un estilo de vida en el que las frutas y hortalizas son las grandes protagonistas, pues su consumo aporta al consumidor nuevas y saludables experiencias.

Entre las novedades de Rijk Zwaan destaca el Melón Maui, con un sabor a cítrico muy sugerente y un contraste ácido-dulce muy interesante, o la judía Greentense®,

que se distingue del resto por no tener hebras, aportar más sabor y resaltar por su color verde más oscuro. Tampoco ha faltado Candyball, la sandía mini para exportación con microsemillas y muy productiva que da frutos de en torno a 1,5 kilos de peso, y Mycubies®, la marca de pepino snack listo para consumir en cualquier momento que sigue incrementando cuota de mercado, y que ha presentado su nueva imagen con el cobranding de Minions en su envase, una iniciativa que busca educar al público infantil en el consumo de productos saludables.

Lo mejor de la tierra

Por otro lado, también estuvo presente la conocida marca Lechuga Snack®, un innovador concepto de



El stand de Rijk Zwaan recibió numerosas visitas durante Fruit Attraction. R. Z.

hoja, sabrosa y crujiente, que sirve de base para infinidad de preparados y que es como una cuchara comestible. El proyecto Lechuga Snack está integrado por las empresas Fruca Marketing, El Dulze y JimboFresh. Esta novedad ha tenido gran aceptación en el canal horeca, como un producto disponible todo el año, con una vida útil prolongada y que ofrece soluciones de gran valor.

En la categoría de tomates de sabor, Deliquia RZ, Reddery RZ y Engelyta RZ son las propuestas premium para el segmento de to-



Un grupo de visitantes prueba la Lechuga Snack®. R. Z.

mate cherry ramo. También resalta la marca Tip Top, un tomate rosa de bocado carnoso y aromático que está disponible todo el año. En el ámbito del pimiento es de so-

bra conocida la marca Sweet Palermo®, procedente del sureste español y una hortaliza muy versátil que se ha abierto paso con gran éxito en sus distintos colores.

Lo mejor de tus platos...
la cuchara



#EATTHESPOON



La cuchara más crujiente, sabrosa y dulce que hayas imaginado se llama **Lechuga Snack®**. ¡Naturalmente!



Descubre más en www.lechugasnack.es

Jimbo Fresh

Fruca marketing, s.l.

el DULZE

RIJK ZWAAN
Sharing a healthy future

MADRID

EFQ. Agrimesa y Centramirsa son dos empresas que han evolucionado conforme el sector hortofrutícola ha dado pasos en firme. Estas entidades, que comenzaron como alhóndigas, están hoy dedicadas a la producción y comercialización de hortalizas y cítricos, dos áreas en las que destacan alimentos como el pimiento, la alcachofa, el brócoli, el limón, la naranja y el pomelo.

La firma, que vende principalmente productos de agricultores del Campo de Cartagena, la Vega Baja del Segura y Alicante, distribuye también en el mercado alimentos de producción propia que cultiva en sus 310.000 metros de invernaderos, dedicados principalmente al pimiento, y más de 50 hectáreas de cítricos, principalmente limón y naranja. En estos espacios, Agrimesa y Centramirsa fomentan una agricultura de calidad, en la que se controla de forma exhaustiva la trazabilidad de los productos y la seguridad alimentaria gracias a la implantación de la mejor tecnología. «Intentamos que las prácticas agrícolas sean lo más modernas posibles y respetuosas con el medio ambiente. Una de estas plantaciones está en proceso de cambio a agricultura ecológica», explica el consejero delegado de las dos firmas, Silvestre Garre.

El buen hacer de estas empresas ha permitido que sus produc-

ESFUERZO. Se dedican principalmente a la producción y comercialización de hortalizas y cítricos, tales como pimiento, brócoli, limón y naranja

Agrimesa y Centramirsa, productos hortofrutícolas de proximidad con sello de calidad



Miembros de Agrimesa y Centramirsa posan en el stand de Fruit Attraction. E. G. / P. G.

tos sean conocidos dentro y fuera de las fronteras españolas. Sus frutas y verduras están presentes en prácticamente todas las comunidades autónomas y tam-

bién se pueden adquirir en países como Italia, Francia, Inglaterra e incluso Kuwait, «lugar al que enviamos grandes cantidades de brócoli», resume.

La comercialización de productos de diferentes agricultores permite que Agrimesa y Centramirsa fomenten entre los profesionales del campo unas sinergias

especialmente necesarias en un mercado cada vez más cambiante. La subida de los precios del agua, la luz y los combustibles han complicado la actividad hortofrutícola con problemáticas «para las que no hay soluciones prácticas ni concretas», subraya Garre, por lo que este profesional enfatiza la necesidad de construir «un frente común en el que nos ayudemos entre todos. Por nuestra parte tratamos de apoyar a los agricultores en todo lo que podemos», concluye.

Una de las formas de sobreponerse a estos cambios es dando visibilidad a los productos que comercializan. Por ello, por primera vez Agrimesa y Centramirsa han contado con un stand propio en la feria internacional Fruit Attraction. El encuentro ha dejado un muy buen sabor de boca entre los profesionales de ambas compañías, quienes han podido afianzar las relaciones con sus clientes y estrechar lazos con otros nuevos, con quienes han comenzado a establecer acuerdos comerciales.

De cara al futuro, ambas empresas buscan seguir presentando sus productos en ferias similares, para «seguir apoyando a nuestros agricultores a solventar la situación actual y continuar ofreciendo a todos nuestros consumidores frutas y verduras de calidad con el mayor nivel de seguridad alimentaria posible», concluye Garre.



servicio

calidad

garantía

MURCIA

EFQ. BASF ha participado en la XIV edición de Fruit Attraction, bajo el lema 'Juntos somos la revolución', la compañía se ha presentado en Madrid como el socio necesario en toda la cadena de valor, capaz de crear nuevos conceptos, segmentos de mercado y variedades. Para la empresa, la participación en esta edición de Fruit Attraction ha sido un gran éxito ya que ha permitido estar cerca de clientes y socios para continuar liderando el cambio en el sector.

La revolución del lineal

BASF revolucionó el mercado del melón hace apenas dos años con Sunup, similar a un Cantaloup, pero de color dorado externo. Sunup cuenta con un claro indicador de corte que permite a productores y comercializadores poner en el mercado un melón de un sabor excepcional y calidad estable durante toda la campaña. «De este modo, logramos que el consumidor siempre esté satisfecho y, por tanto, repita la compra», afirma Francisco Solera, Country Sales Manager de BASF. Sunup es una marca de consumo de sus socios.

La compañía también ha revolucionado en alcachofa con Green Queen, una variedad con una vida postcosecha mayor que la tradicio-

GESTIÓN. 'Juntos somos la revolución' es el lema con el que la compañía llegó a la feria, demostrando su capacidad para liderar el cambio con la cocreación de nuevos segmentos y momentos de consumo

BASF revoluciona Fruit Attraction con éxito de la mano de sus socios

nal, contribuyendo así a reducir el desperdicio alimentario y garantizando la rotación en el lineal. Green Queen es uniforme, con el corazón lleno, apretado, buen color, no pardea y, por si todo esto fuese poco, sus hojas son tiernas y sabrosas.

La revolución del campo

Vegetable Seeds cuenta, por otro lado, con un completo portfolio de variedades de pepino largo para cubrir todo el ciclo, que destacan por su productividad, amplio paquete de resistencias y frutos de una calidad excepcional de principio a fin.

En lechuga, una de sus más recientes novedades es Themes, una Little Gem verde de hoja oscura y lisa con la que Vegetable Seeds pone el acento en la apariencia del producto como valor añadido.



El equipo de BASF desplazado a la feria Fruit Attraction. BASF

Sunions®, la única revolución que no te hace llorar

Vegetable Seeds lidera ahora una nueva revolución en el mercado con Sunions, la primera cebolla que no te hace llorar, pero no solo eso. «Sunions es mucho más», afirma Francisco de la Cruz, Account Manager de Vegetable Seeds, quien añade que «es la cebolla más dulce del mercado, es más, es insultantemente dulce». Y así lo ha demostrado tanto en los test de laboratorio

como en catas ciegas. Sunions no tiene retrogusto ni mantiene el sabor en la boca después de haberla comido; precisamente por ello, De la Cruz insiste: «Es como una fruta, así que habla, canta y besa sin miedo». Disponible desde diciembre a abril, Sunions destaca, además, por su textura crujiente y por aportar una gran versatilidad en la cocina. Gracias a su sabor genuino, es ideal para ensaladas, sofritos o como base para todo tipo de recetas, explica por su parte Crisanto Ampuero, Consumer & Customer Manager Vegetable Seeds de BASF.

«Con Sunions, damos a los supermercados la oportunidad de contar en su lineal con una cebolla única, que les va a permitir diferenciarse y fidelizar a sus consumidores», apunta Ampuero, que destaca el papel de BASF en la creación de nuevos segmentos de mercado y, por ende, maneras de consumir frutas y hortalizas. Sunions, es una marca de consumo de sus socios.





Fabricantes de Cartón Ondulado
especializados en Cajas para la Agricultura

www.saeco.es



Un sistema sostenible

- ✓ Mantiene el producto más fresco
- ✓ Incrementa la vida útil
- ✓ Contribuye a reducir el desperdicio de alimentos
- ✓ Mejora la seguridad alimentaria por su efecto antimicrobiano



MADRID

EFQ. Durante Fruit Attraction Hispatec-agrointeligencia y Prima-Ram presentaron Dropia, una revolucionaria herramienta que han desarrollado conjuntamente para lograr un uso sostenible, basado en datos e inteligencia, de los recursos más críticos para la producción agrícola moderna.

Dropia es una plataforma que integra a Margaret, la inteligencia artificial de Hispatec, con sensores en planta que captan la información y con los cabezales de riego avanzado de Prima-Ram. Esta combinación permite generar recomendaciones específicas de fertirriego basadas en datos de cada parcela y cultivo, teniendo en cuenta todos los factores agronómicos, a los que se suman datos de fuentes externas, como predicciones meteorológicas. Margaret está conectada a los cabezales inteligentes de Prima-Ram, que ejecutan las órdenes que el Ingeniero Agrónomo responsable realiza desde la aplicación de su dispositivo móvil.

Además, Dropia aprende con el resultado de cada aplicación, comprobando si éste es o no el esperado y realizando correcciones cuando las variables agronómicas y ambientales se repitan, llegando a cotas muy altas de eficiencia.

La presentación mundial de Dropia se celebró el 5 de octubre en el stand de Hispatec en Fruit Attraction, y contó con amplio respaldo de medios comunicación, autoridades

AVANCE. La herramienta fusiona tecnología de riego e inteligencia artificial para ofrecer prescripciones basadas en datos sobre agua, energía y fertilizantes

Hispatec y Prima-Ram presentan Dropia, plataforma que facilita un uso sostenible de la producción agrícola



La presentación de Dropia en el stand de Hispatec despertó gran expectación. Hispatec

y decenas de empresas y profesionales interesados en conocer de primera mano la plataforma. El acto fue

presentado por Miguel López, coordinador de la plataforma, José Luis Molina, CEO de Hispatec Agroin-

teligencia y por Gerardo Peregrín, director general de Prima-Ram. Entre las autoridades que participaron se

encuentran la alcaldesa de Almería, María del Mar Vázquez, el concejal de Agricultura y Deportes de la ciudad, Juan José Segura y la concejala de Servicios Municipales y Agua, María Sacramentos Sánchez.

Para José Luis Molina, CEO de Hispatec, «la sinergia de ambas compañías nos ha permitido diseñar conjuntamente la solución que tanto productores como sociedad están demandando. Dropia va a suponer una evolución similar a la que supuso el riego localizado en su momento. Ahora ya nadie discute su uso como una herramienta crucial para la eficiencia en el uso del agua. Pronto asumiremos que los datos son ya una herramienta igualmente crucial para la sostenibilidad de la agricultura».

Por su parte, Gerardo Peregrín, gerente de Prima-Ram, asegura que «la inteligencia artificial permite el uso de datos concretos de cada parcela en tiempo real para generar recomendaciones que llegan al técnico por la 'app' de Dropia para que él decida si las acepta o las ajusta, enviándolas directamente a los cabezales conectados para su ejecución... desde cualquier parte del mundo, en tiempo real y ajustados a la realidad de tu parcela».

Aunque Dropia ha sido presentada recientemente de manera oficial, la plataforma ya está en funcionamiento en productores de primer nivel internacional, que mejoran ya eficiencia en el uso de los recursos gracias la plataforma desarrollada por Prima-Ram e Hispatec.



hispatec
agointeligencia

Digitalización de confianza

ERPagro

- Gestión de explotaciones agrícolas
- Gestión de transformadoras y comercializadoras
- Control de costes y trazabilidad

Aplicaciones móviles

- App para socios
- Campogest: planificación agronómica
- Agrotareo: control de operaciones

Margaret

- Inteligencia Artificial para la agricultura
- Modelos predictivos: producción, pedidos, etc.
- Integración con múltiples dispositivos

HispatecTrack

- Plataforma global e independiente
- Optimización y control de la logística
- Control de calidad y gestión del transporte

30 países
con nuestros
sistemas implantados

500 clientes
en todo el mundo

20.000 millones
de euros comercializados
por nuestros clientes

30.000 envíos
gestionados en 2021

+34 950 28 11 82

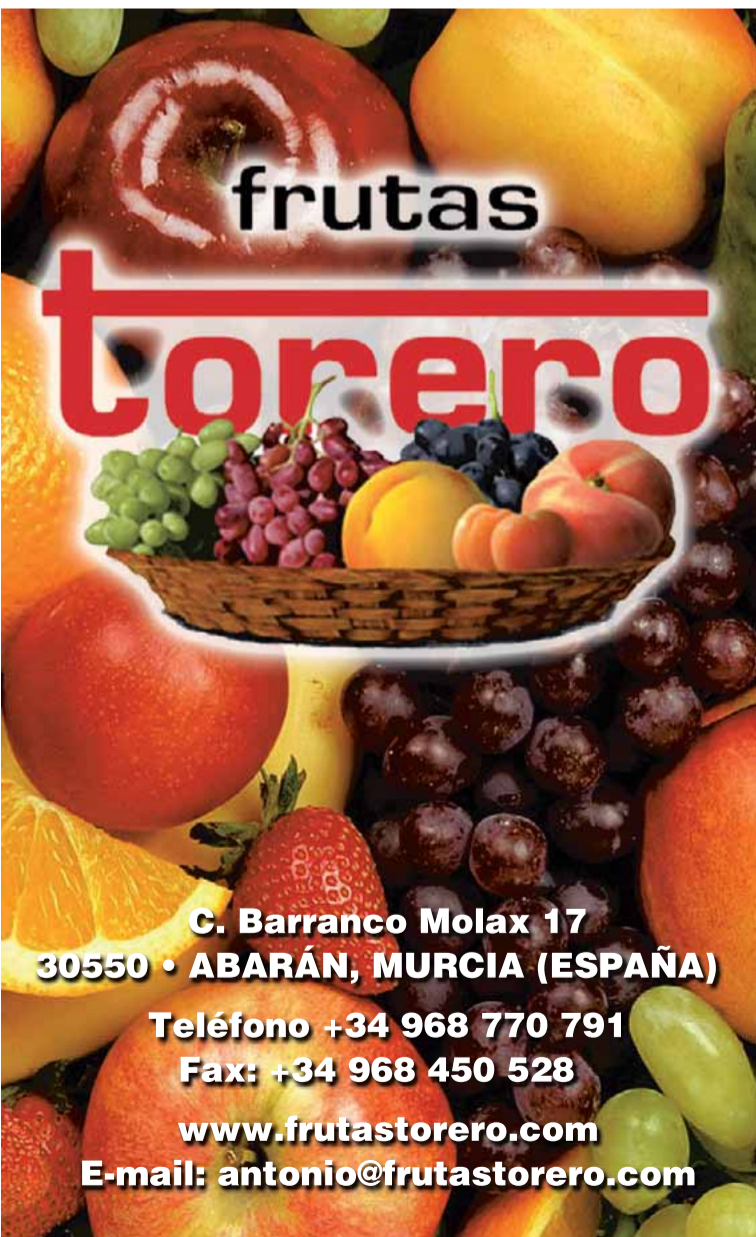
hispatec.com



MURCIACODIFICACIÓN
• www.murciacodificacion.com •
Soluciones de impresión y etiquetado

POL. IND. EL CORTIJO C/DE LA HORTENSIA 6
30560 ALGUAZAS - MURCIA -
+34 968 622 469
murciacodificacion@murciacodificacion.com
www.murciacodificacion.com

TOSHIBA
Premier
Business
Partner
Auto-ID

**frutas
torero**

**C. Barranco Molax 17
30550 • ABARÁN, MURCIA (ESPAÑA)**
**Teléfono +34 968 770 791
Fax: +34 968 450 528
www.frutastorero.com
E-mail: antonio@frutastorero.com**

AUTOMATIZACIÓN

Murcia Codificación, tecnología de etiquetado al servicio de empresas

MADRID

EFQ. Competitividad, trabajo en equipo, comunicación y transparencia son las señas de identidad de Murcia Codificación. La empresa, que trabaja siempre bajo estos principios, centra su actividad en la implantación de sistemas de etiquetado automáticos, semiautomáticos y sistemas de impresión de etiquetas. Son distribuidores oficiales de impresoras y consumibles de Toshiba en la zona del Levante y disponen de la tecnología más avanzada.

Los servicios que ofrece Murcia Codificación suponen para las empresas mayor automatización, lo que implica un ahorro considerable de tiempo y costes. Esta automatización es resultado de un servicio de asesoramiento completo «con el que nos esforzamos por resolver los problemas que se pueden presentar, ofreciendo las mejores soluciones que se adaptan a cada cliente», explican desde la dirección.

Los buenos resultados que cosechan sus trabajos le han permitido ser un referente de su sec-



Miembros de Murcia Codificación posan en el stand de la empresa, la pasada semana. M. C.

tor desde hace 25 años gracias «al cuidado que tenemos en cada proyecto. Ofrecemos lo mejor y para ello mantenemos un alto nivel de exigencia para estar al día de las últimas tendencias industriales. Contamos con un gran equipo de profesionales de I+D+i», subrayan.

Todas las bondades de la firma se pusieron en valor la pasada semana durante la feria internacio-

nal Fruit Attraction. La empresa estuvo presente en este encuentro, en el que recibió «un feedback muy positivo por parte de los clientes que nos visitaron», indican. Esta buena acogida es la que permite a Murcia Codificación aunar esfuerzos para conseguir su objetivo de este año, que no es otro que ampliar su mercado a corto y largo plazo y potenciar la marca a nivel mundial.

ESFUERZO

Frutas Torero, el gran representante de la fruta regional

MADRID

EFQ. Frutas Torero es un referente del sector agrícola desde los años 70. La empresa murciana se centra principalmente en la comercialización de fruta de hueso, en España y Europa, y uva que

además de en nuestras fronteras viaja tanto dentro del continente como a zonas tan lejanas como Sudáfrica, Malasia, Singapur, Vietnam, «y estamos intentando entrar en Tailandia y Corea de Sur para abrir cada vez más abanico

y que llegue a la mayor cantidad de países sin agobiar al mercado Europeo», destaca el gerente de Frutas Torero, Antonio Caballero.

La presencia nacional e internacional de Frutas Torero es el resultado del empeño que ponen a todo desde hace más de 40 años. En este sentido, todos sus miembros son abanderados de una forma de trabajar en la que prima el esfuerzo, la calidad y la educación, tres pilares básicos que «son fundamentales en este negocio», como indica Caballero, y que han permitido a la empresa consolidar su presencia en el mercado y expandir el negocio, tal y como demuestra la apertura reciente de un nuevo almacén. A pesar de esta expansión, Frutas Torero ha tenido este año que combatir una crisis del sector provocada por la bajada de precios de la uva en Italia y las tensiones generadas por la subida de la factura de la electricidad, el agua y los combustibles.

Para hacer frente a estos inconvenientes y remarcar su importancia en el sector frutícola, Frutas Torero ha instalado su stand, un año más, en la feria internacional Fruit Attraction. Esta edición ha sido muy positiva para la firma, pues durante estos días «ha habido muchos más expositores, hemos hecho muchos contactos y hemos reafirmado la amistad que tenemos con nuestros clientes. Cada año esta feria tiene más éxito y es cada vez más importante», recalca su gerente.



Jesús y Antonio Caballero, en el stand de Frutas Torero. E. G / P. G.



OPINIÓN

Juan Basilio Castaño

Director de Activo Humano

LAS FERIAS DE NEGOCIO COMO ESCAPARATES DEL TALENTO

El sector agrario ha llegado detrás de la industria en la implantación de modernos modelos de gestión. Si bien es cierto que su desarrollo tecnológico en el área productiva ha sido ejemplar, no ha sido así en otras áreas, como finanzas, operaciones, recursos humanos...

El sector agrario, de esta forma, ha tenido que soportar el estigma de la falta de profesionalidad, porque bien es cierto que el sector primario permite la incorporación de empresarios con escasa preparación y compromiso, lo que distorsiona y debilita la oferta y su reputación.

Durante últimos años los empresarios del agro han apostado decididamente por la profesionalización de sus organizaciones. La competencia y la exigencia de los mercados les han obligado a reforzar y modernizar sus modelos de gestión, enfocándose más

a la eficiencia y al rendimiento que a los volúmenes. En este proceso se ha hecho imprescindible la búsqueda e incorporación de profesionales cada vez más formados.

Actualmente los equipos directivos en las empresas más competitivas del sector están a la altura ya de los de otros más maduros.

Las ferias de negocios son un escaparate en el que se miran las empresas. Los empresarios gustan de manejar volúmenes, cifra de negocio y beneficio cuando se trata de mostrarse y compararse ante la competencia y los mercados, y la presencia de la marca y las toneladas en tal o cual mercado son ge-

neralmente indicadores con los que medir la posición en los rankings.

También quiero resaltar el protagonismo que ha alcanzado el capital humano en el concierto de indicadores de competitividad. En ese escaparate que es una fe-

Las empresas que han sido líderes durante décadas tienen equipos cada vez más preparados y exigentes

y el nuevo concepto de cebolla roja fresca para manojos Redulce, que se suman a otros productos de reciente desarrollo, como el pepino español con buen vigor y alta calidad de fruto Akasya, el concepto de 'sprouting' brócoli morado que revoluciona los supermercados de Europa Redi y la nueva variedad de cebolla Pantano.

De todo su amplio portfolio de simientes, en los campos de la Región de Murcia se cultivan mayoritariamente su colirrábano Korist, coliflores como Benidorm o Skywalker, purple sprouting brócoli Redi, cebollas como Makalu, Itaparica y Trancoso, lechugas como Brice, y radicchios como Rubro y Leonardo.

Su extenso surtido es un fiel reflejo del carácter innovador de Bejo, que destina un porcentaje importante de su beneficio a mejorar los



Entrada a Fruit Attraction en Ifema. LV

ria, a mí y a muchos otros analistas, no nos deja indiferentes la evolución de quienes están detrás de las cifras. La competencia por tener a los mejores es ya tanto o más importante que las magnitudes económicas, productivas y comerciales.

Las empresas que han sido líderes durante décadas tienen unos equipos humanos cada vez más preparados y exigentes. La incorporación y retención del talento es ya indispensable y aquellos empresarios que no están pensando

en ello están condenados a la mediocridad y probablemente al fracaso y la desaparición.

No puede existir un proyecto empresarial solvente sin contar con las personas adecuadas con las que afrontar los retos presentes y futuros. El valor de una empresa está indudablemente vinculado a su capacidad de crecimiento, que no puede ser posible si no se cuenta con un buen equipo bien dirigido, organizado y orientado a unos objetivos ambiciosos a la vez que sensatos y sostenibles.

VANGUARDIA

Bejo, un maná de semillas productivas y de calidad

MADRID

EFQ. La feria Fruit Attraction es una parada obligada en el calendario de Bejo Ibérica, empresa especializada en la producción y comercialización de semillas de hortalizas. Participó en la reciente edición en la que percibió «mucho interés» por parte de los visitantes hacia su amplio catálogo de referencias: «Tenemos una gran satisfacción de ver que nuestros clientes han apreciado profundamente los esfuerzos por parte de Bejo

Zaden (empresa matriz) para dar a la cadena de valor productos adaptados a nuestras condiciones ambientales, medios de cultivo y exigencias actuales del mercado», resalta Fernando Santamaría, director de Marketing & IT.

La compañía aprovechó su paso por la muestra madrileña para presentar algunas de sus novedades, que complementa un ya de por sí variado catálogo. Los agricultores tienen a su alcance innovaciones como la judía verde oscura 'Gloria'



Estand de Bejo en Fruit Attraction. Óscar Parrilla

procesos de obtención de nuevas variedades con mayor calidad y que respondan a la demanda del consumidor más exigente. Al mismo tiempo, apuesta firmemente por la gama ecológica, implementando soluciones hasta en la producción y procesado de su semilla convencional.

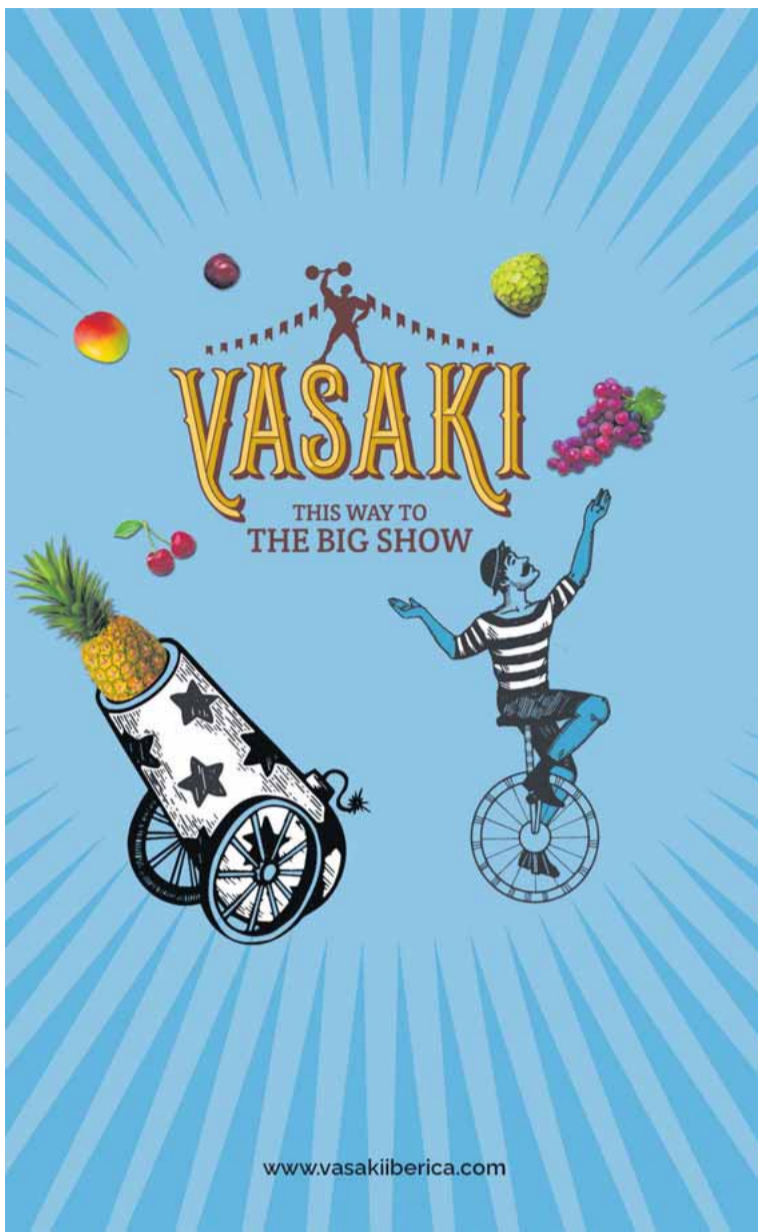
La proyección internacional de Bejo abarca más de 100 países, gracias a que cuenta con 31 filiales que cubren más de 40 cultivos y más de 1.000 variedades. Tiene una fuerte demanda en Europa, y en las últimas campañas se ha dado un gran desarrollo en Brasil, Chile, China, Corea y otros países del gigante asiático.



Exploring nature never stops

► bejo.es





AVANCE

Vasaki Ibérica prosigue su imparable expansión en Europa

MADRID

EFQ. La importación y exportación de frutas y verduras es la razón de ser de Vasaki Ibérica. La firma ha vuelto un año más a Fruit Attraction en una edición que su directora comercial, Celia Sánchez, cataloga de «la más positiva de los últimos años gracias a la gran afluencia de público y al interés que ha suscitado los nuevos productos en los que estamos trabajando». En este sentido, la cita ha sido el lugar perfecto para que Vasaki Ibérica ponga en valor, entre otras cosas, el mango y la lima, dos frutas que ya distribuía pero en las que ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos meses.

La buena acogida de sus productos no es fruto de un día, sino que es el resultado de un trabajo constante en el que todos los miembros de Vasaki Ibérica ponen en valor la calidad de sus frutas y verduras y el servicio integral que ofrecen a su cliente, adaptándose siempre a los mercados en los que trabaja, incorporando nuevos retos y siempre siendo fiel a su manera de trabajar. Prue-



Juan Francisco Hernández, Celia Sánchez, Jaime López y Pedro Del Vas, durante la última edición de Fruit Attraction. Vasaki

ba del éxito de todo ello es la expansión de la empresa a nivel nacional e internacional, con presencia en países de Europa como Francia, Italia, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, Lituania, Estonia y Reino Unido, entre otros. Además, la compañía realizará en breve diferentes misiones comerciales a países «donde consideramos que podemos aumentar nuestro volumen de negocio», resalta Celia Sánchez.

El éxito de todas sus actuaciones no ha frenado las ganas de Vasaki Ibérica de seguir creciendo. Para este año, la compañía pretende, como indica la directora comercial, «continuar consolidando nuestra presencia en los mercados y, en definitiva, llevar a cabo cualquier actuación que nos haga crecer y posicionarnos en Europa como una empresa referente en nuestro sector».

FORMACIÓN

Agromarketing presenta su calendario de eventos agro, que arranca con Agroferomonas

MADRID

EFQ. Agromarketing España (www.agromarketing.es), empresa de comunicación y marketing especializada en el sector agrícola, participó en la pasada Fruit Attraction con un stand donde pudo dar a conocer su potente calendario de eventos agro para 2022-2023. La primera de las citas son

las Jornadas Internacionales de Agroferomonas sobre control biológico y otras herramientas de control de plagas que tendrán lugar los días 16 y 17 de noviembre en el Auditorio El Batel de Cartagena.

Se trata del evento más importante sobre esta temática en Europa y en cuya última edición participaron más de 800 profesiona-

les del sector. En esta edición, expertos de Reino Unido, Italia, Suiza, España y Latinoamérica presentarán los últimos avances. Las inscripciones están abiertas en www.agroferomonas.com.

Acciones Microbioma

Agromarketing España también tuvo la oportunidad de presentar a los asistentes a la Feria las diferentes 'Acciones Microbioma' que tiene previstas para consolidar su posición de referencia en la transferencia del conocimiento en el uso de microorganismos aplicados a la agricultura.

En esta línea, se pondrá en marcha Microbioma Academy (www.microbioma.es/curso), un curso online internacional pionero que celebrará su segunda edición, con nuevas temáticas, de febrero a junio de 2023, tras el éxito de la primera con más de 500 inscritos.

El curso culminará con la celebración de la tercera edición del Congreso Internacional Microbioma que tendrá lugar del 7 al 8 de junio en el Auditorio Víctor Villegas de Murcia (www.microbioma.es) y que está considerado el más importante de esta temática en Europa.

Por último se tiene prevista la inauguración del nuevo Ricote Valley Innovation Hub (www.ricotevalleyhub.com) ubicado en Villanueva del Río Segura. Nacido para aunar al sector agrícola, la industria biotecnológica y agroalimentaria está concebido como lugar de reunión entre los diferentes operadores del sector a escala global.



Equipo de Agromarketing en la 14 edición de Fruit Attraction. A.

JORNADAS INTERNACIONALES

AGRO FEROMONAS 2022

FEROMONAS, CONTROL BIOLÓGICO Y OTRAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL CONTROL DE PLAGAS

16 y 17 Noviembre · 2022
Auditorio el Batel · Cartagena

organiza

INSCRÍBETE

↓

www.agroferomonas.com

agromarketing
CULTIVANDO SOLUCIONES

PROYECCIÓN. Su meta en esta feria, en la que está desde sus inicios, es apoyar a sus clientes

SAECO, fiel a su compromiso con el sector hortofrutícola

MADRID

EFQ. La empresa murciana SAE-
CO, líder en la Región en fabrica-
ción de cartón ondulado, vuelve a
la feria Fruit Attraction 2022.
«Nuestro compromiso en esta fe-
ria es el de apoyar a nuestros clien-
tes, tanto de manera técnica como
relacional», indica su director com-
ercial, Juan Vicente Sandoval.

SAECO está ubicada en el Fena-
zar (Molina de Segura), y cuenta
con más de 40 años en la produc-

ción y fabricación de cajas de car-
tón ondulado destinadas al sector
industrial y agroalimentario. Se tra-
ta de una empresa con gran pro-
yección innovadora, y prueba de
ello es su caja Newfresh, muy pre-
sente en la logística de la empre-
sa, que tiene la capacidad de pro-
longar las cualidades desde el pro-
ductor hasta el consumidor; un he-
cho que está científicamente de-
mostrado y que aporta a sus clien-
tes la integración en la economía

circular. Este envase patentado ya
ha recogido varios premios.

La empresa está auditada y cer-
tificada con la normativa BRC (Bri-
tish Retail Consortiu). «Nuestro com-
promiso con el medio ambiente nos
hace utilizar solo materias primas
autorizadas por la Agencia Ambien-
tal Europea, y disponemos de pla-
nes de gestión de residuos y de apro-
vechamiento de recursos Eco», aña-
de el director comercial. En la ac-
tualidad, la empresa cuenta con una



Marian y Juan Vicente Sandoval, en la feria. EFQ

plantilla de 126 trabajadores y un
importante 'staff' que da asesora-
miento a la empresa. «Nuestro em-
pleo es superarnos día a día por
el bien de nuestros clientes y por
supuesto de la sociedad», matiza
Marian Vicente Sandoval.

SAECO ha estado presente en la
feria de Madrid desde su inicio, ya

que destina gran parte de su pro-
ducción a su gran cartera de clien-
tes del sector hortofrutícola, en el
que está especializada. «Nos vamos
con muy buen sabor de boca y con
el objetivo puesto en seguir colabo-
rando estrechamente con las em-
presas del sector agrícola levanti-
no», concluye Juan Vicente.

I+D+i

Econex, eslabón esencial del agro por su eficaz gestión biológica de plagas

MADRID

B. Maestre. La I+D+i representa el
buque insignia de Econex, empre-
sa especializada en la fabricación
de sistemas de gestión biológica
de plagas con feromonas atrayen-
tes y trampas para la detección, se-
guimiento y capturas masivas de
las plagas que afectan a cultivos
agrícolas, productos almacenados
y sanidad ambiental. En la actua-
lidad, atesora 12 patentes y 15 mar-
cas registradas, un resultado fruto
de un equipo humano altamente
cualificado y una inversión super-
ior a los 1,6 millones de euros.

La compañía se ha convertido
desde su fundación, en 1986, en el
'partner' de confianza del sector
agroalimentario, gracias a su am-
plio catálogo de soluciones, que
destacan no solo por su eficacia
sino también por emplear fórmu-

las a base de materiales naturales.
Para ello, el departamento de I+D+i
se esfuerza diariamente para lan-
zar al mercado herramientas útiles
para proteger los cultivos. De las
últimas incorporaciones, destacan
el atrayente 'Ceratinox', para el bio-
control de la mosca de la fruta (*Ce-
ratitis capitata*) y la mosca del oli-
vo (*Bactrocera oleae*), y el 'Poli-
llero para soporte', una trampa que
los agricultores pueden ir ajustán-
dola según avancen sus cultivos,
ya que se adapta a una gran va-
riedad de producciones hortícolas,
como lechuga y colza, entre otros.

Otro rasgo diferencial es su ca-
pacidad natural de dar respuestas
a las necesidades de sus clientes,
a sus cultivos, sus formas de pro-
ducción y sus recursos. De hecho,
si le solicitan algún producto es-
pecífico para una plaga que Eco-

nex no ha desarrollado, su equi-
po humano inmediatamente se
pone manos a la obra para obte-
ner una solución real. A esto se
suma que toda su producción se
realiza en España, ya que su fábr-
ica y laboratorios se ubican en Mur-
cia y su red de proveedores son lo-
cales y nacionales.

Por su proyección internacional,
la asistencia a la feria Fruit Attrac-
tion 2022 estaba asegurada: «Es
una herramienta comercial funda-
mental para mantener el contac-
to con nuestros clientes y abrir nues-
tro mercado», explican desde la di-
rección de la compañía, que está
presente en más de 50 países. Su
mayor cuota de negocio está en Eu-
ropa, y tras participar en la mues-
tra madrileña, la delegación notó
un incremento de interés por par-
te de países de Suramérica.



Equipo de Econex en Fruit Attraction 2022. EFQ

Asesoramiento personalizado

Econex también pone el acento en el conocimiento. En este sentido,
ha creado un directorio en el que aglutina más de 55 páginas web
específicas de plagas o productos en las que los usuarios pueden
encontrar información relevante, como las claves para su biocon-
trol, soluciones ecológicas, morfología y biología. Además, su equi-
po humano responde a cualquier duda que al agricultor le pueda
surgir, de una forma técnica, accesible y actualizada.

900 502 401 · www.e-econex.com · PRODUCTOS FABRICADOS EN ESPAÑA

BIOCONTROL DE LA MOSCA DE LA FRUTA Y DE LA MOSCA DEL OLIVO

Atrayente alimenticio en pastillas que se disgregan en agua, para la captura de machos y hembras de *Ceratitis capitata*, *Bactrocera oleae* y otras moscas de la familia *Tephritidae*

www.ceratinex.com



Comunidad de Regantes Campo de Cartagena

www.crcc.es

Palacete Regidor Paseo Alfonso XIII nº 2
30210 Cartagena



Plantae[®]
NI UNA GOTA DE AGUA DESPERDICIADA

DISTRIBUIDORES REGIÓN DE MURCIA:



Campoés[®]
tu aliado
Av. Juan Carlos I, 138, 30700, Torre-Pacheco (Murcia)
Teléfono 968 33 63 60



Prosercam[®]
Polígono Industrial El Búho. C/ Segadores, Nave 3, 30530, Cieza (Murcia)
Teléfono 637 21 36 69

www.plantae.garden

MANUEL MARTÍNEZ.

Presidente de la Comunidad de Regantes del Campo de Cartagena

«El año hidrológico está marcado por los planes de cuenca y la pluviometría»

MADRID

E. C. Las empresas asociadas a la Comunidad de Regantes del Campo de Cartagena contribuyen firmemente a la fortaleza del agro regional, tal y como se puso de manifiesto, una edición más, en la feria Fruit Attraction de Madrid. «Es el principal escaparate para la exposición de nuestros productos, calidad, garantía sanitaria y compromiso sostenible», afirma Manuel Martínez, presidente de la institución.

—¿Cómo se presenta el año hidrológico 2022/23?

—El nuevo año hidrológico se presenta con una gran incertidumbre por dos motivos. Por un lado, por los planes de cuenca, que reconocen que no podemos prescindir del agua del Tránsito, puesto que supondría una pérdida de unas 10.000 o 12.000 hectáreas productivas y, por ende, una pérdida de puestos de trabajo, por lo que son inasumibles para esta zona. Y por otro, por la cantidad de precipitaciones, ya que si todas las lluvias que hemos tenido estos últimos días en el Campo de Cartage-



Manuel Martínez. EFQ

na, concretamente a unos cuatro o cinco kilómetros en paralelo a la línea de costa, hubiese caído en la cabecera del Segura o del Tajo igual nos hubiese salvado más de medio año hidrológico. Porque esta agua no se puede recoger en embalses y prácticamente no se puede aprovechar.

—¿Qué consecuencia supondrá la aprobación del Plan del Tajo para el Campo de Cartagena?

—La aprobación del nuevo Plan Hidrológico del Tajo supondrá una reducción del 40% del Tránsito Segura, con el gran impacto social, económico y medioambiental que va a generar en la Cuenca del Segura, tal como reconoce el nuevo plan hidrológico de esta demarcación. Además esta reducción del tránsito se hace de manera totalmente injustificada a nuestro entender, tal como demuestran varios estudios científicos, que concluyen que no es necesario incrementar los caudales mínimos actuales.

—¿Qué mejoras contempla su Comunidad de Regantes a corto y medio plazo?

—Nuestra Comunidad mantiene un convenio con la Sociedad Mercantil Estatal de Infraestructuras Agrarias (Seiasa) para dos proyectos: construir una impulsión totalmente nueva, que la que tenemos está al límite de su capacidad, y construir un embalse con un parque de fotovoltaico para utilizar la energía solar en las horas del día para bombear el agua y así abaratar el precio del costo de esa impulsión.

INNOVACIÓN

Plantae, el aliado tecnológico de los agricultores murcianos

MADRID

EFQ. Plantae, especializada en tecnología agrícola, es el gran aliado de los profesionales del campo en la Región. La empresa, que en la Comunidad distribuye sus productos mediante Campoés y Prosercam, dispone de una amplia cartera de productos conformada por tecnología inalámbrica de sensores y plataformas que se personalizan totalmente dependiendo de las necesidades de cada agricultor. Este año, además, ha incluido la estación meteorológica, un dispositivo que aporta información en tiempo real de integral térmica, horas frío, punto de rocío, humectación en hoja o déficit de presión de vapor. Además de estas herramientas, la empresa cuenta con un excelente servicio postventa, técnico y agrónomo que asesora al agricultor en cada paso, le explica la plataforma y lo ayuda ante cualquier duda que pueda surgir.

Estas herramientas consiguen un ahorro de entre el 5% y el 50%, dependiendo de cada caso y permiten conocer los datos en tiempo real desde el móvil o desde la oficina, lo que ayuda a controlar la conductividad, preparar el terreno frente a heladas o diseñar estrategias de rie-



Miembros de Plantae, Campoés y Prosercam junto al stand en Fruit Attraction. P.

go efectivas. «Si no mides no sabes. Ese es nuestro lema», destacan desde la dirección, al tiempo que señalan su convenio de colaboración con el Servicio de Formación y Transferencia Tecnológica de la Región para impulsar una agricultura de precisión y valor añadido en la Comunidad. Además, Plantae participa en varias acciones formativas tanto presenciales como 'online' y en los proyectos de pistacho y trufa en la parcela experimental Las Nogueras.

Todos estos esfuerzos quedan reflejados en las cifras. En la actualidad ya ha instalado más de 9.000 dispositivos en España y Por-

tugal y tiene clientes en Brasil, México, Emiratos Árabes Unidos, Italia y Marruecos.

Mostrar todas las ventajas que ofrece la tecnología es uno de los objetivos que ha llevado a Plantae a la última edición de Fruit Attraction, donde se ha unido a sus distribuidores, Campoés y Prosercam, para reunirse con los clientes y proveedores y expandir sus fronteras hacia Latinoamérica y otras empresas interesadas de la península. «Plantae lleva 4 años participando en Fruit Attraction, cada vez con un 40% más de espacio de stand», resumen satisfechos.



Joaquín Madrid y Cristóbal López, de El Rincón de Joaquín. E. G.



Jesús Yelo (centro), propietario del restaurante Pericón, con su equipo en el stand de Apoexpa. E. G.

IMÁGENES. Empresarios, directivos y profesionales regresan a la feria de Madrid para mostrar el potencial agroalimentario de la Región

La cara visible del sector hortofrutícola murciano



El chef Juan Antonio Pellicer y su equipo, en la zona gastronómica del stand institucional de la Región de Murcia. E. G.



El doble estrella Michelin Pablo González participó en el espacio Factoría Chef, de la mano de Cricket. Cricket



El cortador de jamón Rubén Arroba (1d) y Miguel Ángel López (centro), junto a su equipo de Catering D'Bocado, en el expositor de El Mosca. Emilio González



El Dulce contó con el equipo de Grupo Collados. E. G.



Syngenta cierra con éxito Fruit Attraction 2022

El nuevo bioestimulante Persicop de Syngenta ha sido premio a la 'Mejor Innovación de la industria' en los Innovation Awards y su coliflor Istem 100% comestible también ha alcanzado la categoría de finalista en la categoría de 'Producto fresco'. Syngenta ha cerrado así con éxito la reciente edición de Fruit Attraction, donde mostró sus últimas novedades en innovación en soluciones agronómicas de mejora y protección vegetal. En palabras de David Bodas, responsable de las relaciones con la cadena de valor de Syngenta, la innovación de la empresa responde «a las demandas actuales de extender la vida de los alimentos a la vez que mejorar su sabor, incrementar su disponibilidad y contribuir a reducir el desperdicio alimentario para generar valor a lo largo de toda la cadena alimentaria».

Syngenta



FRUTA CON GARANTÍA DHL

ES LA QUE LLEGA DE LA HUERTA A LA MESA EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE Y MANTENIENDO LA CADENA DE FRÍO.

¿QUIERES SABER CÓMO LO HACEMOS?
Contacta con nosotros en hola@dhl.com

