

Freshuelva n°1

Agosto 2007

La revista de la Asociación Sectorial de la Fresa de Huelva

La campaña 2006/07, razonablemente buena

Avanzan las gestiones para la
constitución de la Interprofesional

El consejero de Agricultura y Pesca
destaca la modernización del sector fresero

El director del Simposio Internacional de la
Fresa agradece el apoyo de Freshuelva

Aprobada la nueva OCM de
frutas y hortalizas

Un saludo y un deseo

Buscando una modesta cuota de atención dentro de la febril actividad que las campañas imprimen a nuestros asociados, ha sido permanente deseo de Freshuelva disponer de un vehículo de comunicación directa con su cuerpo social, más allá de las informaciones y comunicaciones habituales diarias, de contenido referido fundamentalmente a las incidencias cotidianas de la campaña.

Se deseaba una comunicación que fuera más allá de lo estricto y asepticamente profesional, para entrar además en las connotaciones humanas y sociales de las que, tan abundantemente, está dotado nuestro sector al ocuparse de actividades de tan amplísimo contenido social como el cultivo de la fresa, frambuesas, moras y arándanos.

En ese sentido creamos nuestro 'Boletín Informativo', que fue un animoso empeño que llevamos a la práctica durante los años 2003, 2004 y 2005, mediante el que pretendimos hacer realidad los propósitos reseñados pero que quizá no fueron plenamente conseguidos al no alcanzar su difusión directamente a los agricultores del sector asociado.

Nace ahora 'Freshuelva' con los mismos propósitos y renovada ilusión, al mismo tiempo que con un planteamiento mucho más amplio en cuanto a su difusión, además de con un formato más extenso y ambicioso de contenido, fruto de la participación de un experto equipo de profesionales de la comunicación.

Intentará 'Freshuelva' hacer llegar a todos sus asociados un ojalá interesante mosaico de reportajes, entrevistas, noticias, información multidisciplinar y una atención personalizada a nuestras empresas y nuestras gentes, arropado todo ello con el afecto y calor que preside —son muchos años juntos ya— las relaciones intersectoriales y asociativas.

Sólo nos falta esperar a que nuestro cuerpo social reciba a la revista de su Asociación como lo que pretende ser: su Revista; que la sienta suya y la entienda como su propia voz, y la de sus compañeros de profesión, además del vehículo mediante el que realizar, si así lo estimase oportuno, cualquier aportación que deseara trasladar al colectivo sectorial asociado.

Un fuerte abrazo para todos.



“Somos un gran equipo y hemos conseguido grandes logros para el sector durante estos años”

José Manuel Romero.
Presidente de Freshuelva

José Manuel Romero, presidente de Freshuelva, lleva más de dos décadas dedicado al sector frutero. Romero, protésico dental de formación, tiene su propia empresa desde 1985 y lleva ya tres legislaturas al frente de Freshuelva, la asociación que aglutina al 95 por ciento de los productores y exportadores de la provincia, trabajando por sus asociados.

¿Cuántos años lleva como presidente de Freshuelva?

Con esta legislatura, que comenzó en enero de este año, ya son tres. La primera se inició en noviembre de 2000, tras la dimisión del anterior presidente y la segunda en 2004. Convocamos elecciones cada tres años y en todas las ocasiones he tenido el respaldo unánime de los socios.

Es el presidente que más años ha estado en el cargo, ¿qué balance hace de estos años? ¿Qué logros se han conseguido?

Yo creo que eso lo tendrían que

decir los asociados, esto es una cosa de todos. Sería un poco petulante referirme sólo a mi gestión, aquí somos una Junta Directiva y tenemos un equipo humano magnífico, entre los que me gustaría destacar a Manolo Vardier, a quien va a costarnos encontrar un sustituto. Estoy muy contento de haber trabajado con una Junta Directiva que no hace distinción con nadie, se tratan de solucionar los problemas tanto a las empresas más grandes como a las pequeñas

¿Y ese gran equipo humano, ha conseguido grandes logros en estos años?

A mí me parece que sí. Se han hecho cosas muy importantes, como la consolidación de la mano de obra extranjera, el estar presente en las instituciones, hechos muy importantes para el sector. También me gustaría destacar el peso que hemos logrado tener en FEPEX, Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas.

¿Cómo afronta esta tercera legislatura?

El gran reto ahora es el de la consolidación. Hemos avanzado mucho en poco tiempo. Por ejemplo,

Freshuelva **SUMARIO**

Primera Plana	Pag. 3
A Fondo	Pag. 5
Reflexiones	Pag. 9
Es noticia	Pag. 10
Protagonistas	Pag. 12
De cerca	Pag. 15
Marco legal	Pag. 16
Marco técnico	Pag. 18
Rostros	Pag. 19
Nuestras empresas	Pag. 20
Veteranos	Pag. 22
Tribuna	Pag. 24
Expertos	Pag. 26
Servicios	Pag. 27



Fotografía de portada: Iván Quintero

Edita:
Freshuelva
Maquetación y Diseño:
Gestocomunicación
Imprime:
Imprenta Gómez Alcalá
Departamento Comercial:
959 54 07 64



antes en Freshuelva trabajaban unas dos o tres personas y ya tenemos un equipo de unas 7 u 8 personas. Y, como digo, ahora tenemos que trabajar por la consolidación en muchos campos: la traída de trabajadores extranjeros, que ya estamos en cerca de 14.000; mejorar lo más posibles los servicios que ofrece Freshuelva, una asociación que lleva 18 años sin subir su cuota a los asociados...

Uno de los logros ha sido que Freshuelva esté presente desde este año en los órganos del Gobierno que toman las decisiones sobre la contratación extranjera

Si, por un lado en la Comisión Laboral Tripartita de Inmigración, un órgano dentro de la Secretaría de Estado de Emigración e Inmigración y donde se deciden las contrataciones que afectan al sector fresa. Es muy importante que estemos presen-

"Estamos presente en la Comisión Laboral Tripartita de Inmigración y en el Comité Central para el Acuerdo Marco de la Regulación de los Flujos Migratorios"

tes porque ahí es donde se mueven las directrices para llevar a cabo las contrataciones.

Y también está el Comité Central para el Acuerdo Marco de la Regulación de los Flujos Migratorios, donde se escucha a los empresarios, a los empleadores, para intentar buscar nuevos orígenes de contratación. Ahí es donde se mueven los hilos que terminan tejiendo esta tela.

El mercado ha cambiado mucho en los últimos años, hay mucha competitividad en Europa ¿Cuál es la gran baza de la fresa?

Aquí tenemos una climatología que no la tienen en ninguna otra parte y además hay que destacar la experiencia avalada por los 35 años que llevamos trabajando en este sector. Esa es nuestra gran baza, contra ello

no puede competir ningún mercado europeo.

En cambio siempre llega algún intento de desprestigio. Este año ha sido la organización ecologista Adena ¿Cuál ha sido el papel de Freshuelva en la defensa del sector?

Al final ha quedado en una anécdota, no repetiré ni el nombre de esa organización ecologista. Ante estas situaciones, necesitamos el amparo de las administraciones. Sobre decir que sabemos que no podemos producir ilegalmente y el 99% de las

"Tras esta legislatura, creo que ya hay que dejar paso a gente más joven para presidir Freshuelva. He sido elegido en tres ocasiones, pero los cargos tienen un ciclo"

empresas lo hace con absoluta legalidad. Al hilo de esto, me gustaría aprovechar para volver a reclamar la legalización de algunos pozos que llevamos reclamando 15 o 20 años.

Habla de consolidación en la contratación de extranjeros, ¿cómo ha funcionado este año?

Ha sido conflictivo, pero las cosas no han salido del todo mal. Este año era una campaña incógnita con Rumanía, después de su entrada en la UE. Y ese déficit de trabajadores rumanos se ha solucionado ahora con Marruecos, donde la contratación es más lenta pero ha funcionado bien. Desde ya, estamos trabajando para que en la siguiente temporada salga aún mejor.

El papel de Freshuelva es fundamental: numerosos servicios para los asociados, defensa del sector, contratación de extranjeros... ¿Le gustaría seguir encabezando este equipo durante más legislatura?

Yo creo que con esta tercera legislatura, en la que queremos consolidar algunos logros, estará bien. Los cargos tienen un ciclo y esos ciclos tienen un final. Hay que dar paso a gente joven.

La producción de fresa en la provincia de Huelva durante la campaña 2006/2007 ha aumentado en un 8,4 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior, a pesar de que la superficie cultivada ha sido menor. La razón principal ha sido que una más ajustada oferta a los mercados y una climatología particularmente propicia han posibilitado una campaña de comercialización apreciablemente más larga que en la temporada anterior.

La campaña 2006/07, razonablemente buena



En virtud de estos datos, la campaña puede calificarse de razonablemente buena, al constatarse un precio medio sensiblemente superior al del año pasado. Todo ello, unido a la ausencia de contingencias y avatares importantes durante el periodo comercial, han configurado una campaña tranquila, además de positiva, que tanto necesitaban los productores onubenses, ciertamente castigados por los adversos resultados de campañas anteriores.

La producción ha evolucionado durante esta campaña a un ritmo muy favorable, debido a que se ha acertado en la elección de variedades y a que la climatología ha sido favorable y positiva, lejos de las heladas consecuentes en otras campañas, con los inevitables vacíos de producción consiguientes o los indeseados picos de producción por elevadas temperaturas.

En cuanto a la campaña de desprestigio puesta en marcha por la organización ecologista Adena, que tuvo un gran impacto mediático y comercial al principio, la situación pudo saldarse sin perjuicios importantes, debido a la reacción de apoyo que tuvieron las administraciones públicas y a una producción adecuada a las necesidades de los mercados. Si en el periodo aludido hubiese existido una sobreoferta, estas acusaciones de Adena podrían haber conllevado consecuencias nefastas para la campaña.



La campaña de la frambuesa, en cambio, ha sido negativa debido a los problemas derivados del exceso de la oferta

Al hilo de este capítulo sucedido este año para intentar devaluar en el mercado la fresa onubense frente a la producción de otros países europeos, Freshuelva ha querido hacer una reivindicación a las administraciones públicas en el balance de final de campaña ya que esta incidencia hace indispensable que la administración competente adopte medidas necesarias para que una situación como la provocada

por Adena no se produzca en la próxima campaña.

Tampoco Marruecos o China, como ha ocurrido en otras campañas, han supuesto un obstáculo comercial importante en este periodo. Las medidas antidumping establecidas por la UE contra las importaciones de fresa industrial de países terceros, básicamente China, se han mostrado efectivas y han propiciado una campaña de fresa industrial más amplia que la anterior, sin agobios y mejores precios, que colaboró eficazmente en la positiva comercialización de la fresa en fresco.

Desde el punto de vista laboral, la campaña de 2006/2007 ha sido extraordinariamente difícil, llegando incluso a temer por la viabilidad de la recolección, dado las extremas dificultades para encontrar los trabajadores rumanos y polacos requeridos. Finalmente, este año se ha optado por aumentar el número de trabajadores marroquíes, opción que ha funcionado bien, por

lo que presumiblemente se seguirá apostando por este país. De cualquier manera, también se manejan otros orígenes, como Ucrania.

El incremento de trabajadores marroquíes y la benevolencia de la climatología permitieron obviar, aunque con dificultades en algunos casos, lo que pudo haber llegado a ser una gravísima situación para todo el sector.

Una situación diferente ha sido la de la frambuesa, que ha tenido una campaña de saldo negativo, marcada por los problemas derivados del exceso de oferta y del consiguiente e importante deterioro de los precios constatado en este ejercicio, aunque si se considera el incremento de producción respecto

Los factores favorables que han configurado la campaña han sido la disminución de la superficie, la elección de las variedades y una climatología marcadamente positiva.

Un día amanece y te sientes más fuerte



Cajasol

AMANECE UNA **GRAN CAJA**

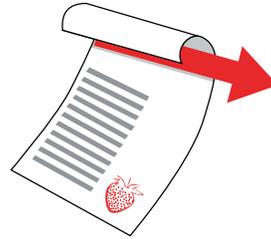
www.cajasol.es



Tanto en la fresa como en la frambuesa Marruecos no ha supuesto un problema en la comercialización

a la campaña anterior, el resultado podría haber sido peor. Estas circunstancias han obligado a los exportadores a soportar una comercialización muy complicada por la permanente sobreoferta, traducida en pesadez en los mercados y las frecuentes dificultades para alcanzar precios mínimamente re-

muneradores del trabajo de los productores. Igual que en la fresa, Marruecos no ha supuesto este año un problema significativo en la comercialización de esta campaña y desde el punto de vista laboral, las dificultades para encontrar trabajadores han sido también las mismas.



La gestión laboral en la campaña 2006/07; más complicada, imposible

Freshuelva es la organización que más permisos de trabajo de temporada gestiona en España.

Aunque quizá podamos decir que bien está lo que bien termina, la crónica de la contratación de trabajadores extranjeros en la campaña que finaliza es la crónica de una serie inacabable de contratemos y dificultades para todas las organizaciones agrarias de Huelva, de tal importancia que, tras la primera selección en Rumania y su correspondiente fiasco, se llegó a ver en peligro la viabilidad de la recolección de la fruta que ya apuntaba en nuestros campos.

Era generalizadamente conocido que no existía ninguna razón para que las expectativas de Rumania fueran mejores que en 2006 y así se informó claramente; no obstante, dada la apatencia de esta nacionalidad como suministradora de mano de obra, las peticiones para este país fueron, una vez más y con gran diferencia, las más importantes porcentualmente del total de genéricas solicitadas. Paralelamente y para completar la situación, la entrada de Polonia en la UE y las tendencias de conducta últimamente manifestadas por las trabajadoras de esta nacionalidad tampoco auguraban nada bueno. Bulgaria no presentaba signos diferenciales respecto al año anterior y Marruecos se mantenía en términos numéricos más que discretos en función de no ser el origen preferido de nuestro empresariado.

Para terminar de hacer más compleja la situación, incorporábamos a las peticiones iniciales la que parecía ser una sólida experiencia piloto en Ucrania, con respaldo totalmente oficial y a título particular y en nuestro deber de abrir nuevos orígenes laborales, una experiencia en Eslovaquia aún sabiendo que las circunstancias socioeconómicas de este país no eran las más ilusionantes cara a nuestras necesidades.

Si la situación de partida no era halagüeña, es evidente que los resultados fueron peores aún, práctica y literalmente para todas las organizaciones provinciales.

De entrada, la Administración redujo a 10.000 las peticiones admisibles para Rumania, de las que a duras

penas se consiguieron seleccionar algo más de 3.000 para toda Huelva, lo que significaba privar al sector, de golpe y porrazo, de cerca de 7.000 trabajadores. Adicionalmente y para complicar aún más las cosas, si ello era posible, la experiencia piloto de Ucrania se esfumaba por falta de cooperación por parte de la Administración de aquel país y la iniciativa de Eslovaquia se traducía en un resultado por completo irrelevante.

Así las cosas, a mediados de diciembre el panorama no podía ser más negro y llegamos a ver seriamente en peligro la cosecha pendiente, toda vez que Polonia, que habíamos mantenido como solución de última hora, aún no había mostrado sus posibilidades reales.

Ante esta gravísima situación, el sector se dirigió a la Administración en demanda de soluciones, recibiendo las mismas bajo la forma de una pequeña adición para Bulgaria—que luego se redujo también— y un cupo prácticamente sin límite para Marruecos y de hecho, casi garantizado de alcanzar.

Llegados a este punto, todas las empresas fueron meridianamente informadas de las expectativas reinantes, que eran Marruecos como única garantía y Polonia y Rumania—en una hipotética posterior selección— más que serias dudas y ningún tipo de seguridad. Las empresas hicieron sus análisis y pidieron lo que estimaron oportuno, que consistió en un pequeñísimo incremento de las peticiones de Marruecos y un considerable aumento, a pesar de todo, de las peticiones de Polonia ya que Rumania se mantuvo prudentemente cerrada a la espera de resultados de posteriores selecciones que pudieran hacerse.

Una vez que las selecciones básicas en Polonia se realizaron, pudimos comprobar como las expectativas en este país eran asimismo mucho más limitadas que lo previsto, lo que motivó—hay que decir que afortunadamente— que se instrumentara una segunda selección en Marruecos que cumplió completamente, al igual que

la primera, con las necesidades requeridas, configurándose finalmente una situación en la que Freshuelva consiguió seleccionar el 87,40 por ciento de los trabajadores genéricos que le habían solicitado sus empresas asociadas, descartadas Ucrania y Eslovaquia -en las que no existieron posibilidades materiales de seleccionar-, situación que podemos considerar muy positiva en las circunstancias de extrema dificultad en las que se desarrollaron pero que, evidentemente, muestra un apreciable déficit sobre las peticiones iniciales, que sólo la acción conjunta de una climatología extremadamente favorable más probablemente la Divina Providencia en algunos casos, permitió que en líneas generales, se hayan recogido todas las fresas producidas en una campaña calificable de moderadamente larga.

Respecto al otro gran capítulo que conforma el resultado global de la gestión laboral extranjera, los trabajadores nominativos, indiquemos que el índice general de recuperaciones es razonable, del 72 por ciento de media para Rumania, Bulgaria y Marruecos, -bajo en Polonia, de solo el 45,7 por ciento- pero esta razonable media incluye comportamientos empresariales muy diferentes, entendiéndolo por tales cabeceras de altos índices de conservación de trabajadores repetidores y otras que pierden hasta cerca del 50 por ciento de los mismos, circunstancia que lastra considerablemente la operatividad del sistema.

A nivel de empresario individual, la disparidad de actuaciones es más que notoria, encontrándonos quien recupera el 100 por ciento de sus repetidores y quien recupera el cero por ciento, situación que aún admitiendo todas las circunstancias condicionantes que se deseen, nos lleva inevitablemente a la conclusión de la necesidad de trasladar a nuestros empresarios pautas de relaciones con sus trabajadores más adecuadas a la realidad, que no es otra sino que se trata -el trabajador- del factor más limitante con que cuenta para sus expectativas de actuación como empresario y, además, en evidente y acusado descenso en sus opciones de disponibilidad.

Esperemos, junto con nuestro más ferviente deseo de que el sector no pase otra vez por circunstancias tan angustiosas, que los problemas vividos en esta campaña sirvan de valiosos referentes ante la gestión laboral de campañas venideras. •



Freshuelva acude por cuarto año consecutivo a Fruitlogística en Berlín

Las empresas onubenses tienen la oportunidad de desarrollar importantes contactos comerciales que de otra manera serían muy difíciles de mantener.

La asociación de productores y exportadores de fresa de la provincia, Freshuelva, estuvo presente por cuarto año consecutivo en Fruitlogística, una feria agrícola de prestigio internacional que cada año se celebra en Berlín (Alemania). Se trata de una importante cita con el sector que este año se ha celebrado entre los días 8 y 10 de febrero y a la que debe acudir cualquier frutero que quiera vender fresa en Europa dada la importancia de la feria y el gran número de operadores y compradores de todo el mundo que acuden hasta Berlín.

En 2007, se ha celebrado la 15ª edición de esta cita internacional del sector hortofrutícola en el recinto ferial de Berlín. Por primera vez, este año, ante la demanda de expositores, se ha ocupado el pabellón más grande del recinto, que cuenta con 7.500 metros cuadrados. Fruitlogística contó con 1.800 expositores de más de 60 países. Este año, Holanda fue el país anfitrión.

La presencia del sector frutero de la provincia de Huelva estuvo garantizada no sólo por el stand de Freshuelva sino también por otros expositores que promocionaban la fresa y la frambuesa onubense como era por ejemplo el de Onubafruit, sociedad constituida por empresas asociadas a Freshuelva.

Sin lugar a dudas, se trata de un importante evento en el que las empresas onubenses tienen la oportunidad de hacer contactos internacionales que de otro modo sería muy difícil de realizar y que pueden aportar muchas ventajas y beneficios para el sector frutero de la provincia de Huelva. •



La Interprofesional de la Fresa continúa sus avances para reconocerse

Tras un paro de algunos meses por gestión administrativa, la Organización Interprofesional de la Fresa de Andalucía 'Interfresa' parece finalmente haber encontrado el camino acertado para su reconocimiento como entidad jurídica, principal escollo hasta la fecha. Será, finalmente, la Consejería de Justicia y Administración Pública la competente en este reconocimiento que, no obstante, conllevará algunos retoques estatutarios que se supone que serán salvados sin mayores dificultades.

Posteriormente, la Interprofesional de la Fresa deberá inscribirse en el correspondiente registro de la Dirección General de Industria y Promoción Agroalimentaria de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, trámite que se supone que no conllevará ninguna dificultad especial.

Interfresa, que así es como se conoce a esta organización, está formada por el cien por cien de las asociaciones representativas del sector frutero en Andalucía como son Faeca, Freshuelva, Asaja, Coag y Upa mientras que la Junta de Andalucía tan sólo exige para la constitución de una interprofesional que represente a un 25 por ciento de los productores que deben representar, a su vez, al menos el 35 por ciento de las cantidades producidas.

Entre los objetivos de esta asociación destacan el fomento de la calidad de los productos, facilitar la coordinación entre la oferta y la demanda a través de actuaciones que permitan mejorar la transparencia del mercado, desarrollar acciones que permitan la adaptación de la fresa a las demandas del mercado, intervenir en casos de crisis del sector, impulsar proyectos de I+D+i o promover acciones de promoción y marketing de sus productos. Y sus actuaciones podrán hacerse a través de normas de obligado cumplimiento para todo el sector.

Aunque a nivel nacional hay algunas interprofesionales en activo, en Andalucía, Interfresa fue la pionera aunque a día de hoy son dos las que se encuentran en fase de reconocimiento; Interfresa y la de Frutas y Hortalizas.

El sector de la fresa ha depositado su confianza en este proyecto y espera encontrar nuevas líneas de progreso con su constitución. •

Administraciones y asociaciones, en defensa de la fresa ante los ataques de Adena

En pleno desarrollo de la campaña frutera, en el mes de marzo, los ecologistas de la organización WWF/Adena vertían duras críticas y acusaciones generalizadas de cultivos ilegales que afectaban a todo el sector de la fresa y el fresón de la provincia de Huelva. Adena, que firmaba acuerdos con grandes firmas de supermercados europeos para boicotear la comercialización de la fresa procedente de Huelva, hacía saltar las alarmas entre las administraciones competentes y todas las organizaciones sectoriales que veían en estas críticas unas consecuencias "nefastas" para todo el sector.

Ante esta situación de ataque de los ecologistas a la producción frutera, la propia ministra de Agricultura y Pesca, Elena Espinosa, salta en defensa del sector pidiéndole a Adena que retirara "las quejas sobre la fresa" y que "negara las denuncias de pozos ilegales por parte del sector frutero de Huelva". Para Espinosa "no se puede meter a todos en el mismo saco porque provoca un gran daño injustificado". Por su parte, el consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Isajás Pérez Saldaña también rechazaba "estas denuncias genéricas de Adena" ya que la organización ecologista forma parte de las mesas de trabajo con la Junta en la zona y "conoce la legalidad y el trabajo que se está haciendo desde el Gobierno con la Confederación Hidrográfica para regularizar la situación". En esta misma línea, el Parlamento Andaluz aprobaba una campaña de difusión e información sobre las buenas prácticas en el cultivo de la fresa por parte del sector y realizaba informes a los propios productores que certificaban la legalidad de su explotación.

Esperemos que de cara a la próxima campaña que las causas que han motivado las denuncias de Adena estén subsanadas por la Administración. •



“El fresero es un sector moderno, puntero y organizado”

Isaías Pérez Saldaña. Consejero de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía

El consejero de Agricultura y Pesca analiza para Freshuelva la actual situación del sector fresero y reconoce la capacidad de modernización que han demostrado los empresarios de la fresa. En pleno desarrollo de su Plan Estratégico y ante la amenaza de las acusaciones de algunos ecologistas, Pérez Saldaña recuerda que la respuesta de la Administración autonómica está en marcha. Además, el consejero apuesta en esta entrevista por la búsqueda de nuevos mercados fuera de la Unión Europea.

¿En qué momento cree que se encuentra el sector fresero de Huelva?

El sector fresero ha evolucionado mucho en las dos últimas décadas hasta convertirse en un sector moderno, puntero, organizado, que aglutina una importante producción y que sigue invirtiendo en tecnología para mejorar la calidad de sus productos y sus resultados económicos.

De todo el sector hortofrutícola andaluz, es junto con el de Almería el único que ha sabido aprovechar

convenientemente las oportunidades que brindaba la recientemente reformada Organización Común de Mercados de Frutas y Hortalizas, muestra de ello es su estructuración en torno a 18 Organizaciones de Productores de fresa y frambuesa.

Igualmente son destacables los esfuerzos de los productores por diversificar el cultivo, pasando de la fresa como única actividad que tiraba del carro de la producción agraria provincial, a los cítricos y la frambuesa, junto con los ciruelos o las nectarinas, que tienen ya un

peso específico muy importante, y constituyen cultivos complementarios. Mención especial merece el cultivo de la frambuesa, que con algo más de 1.000 hectáreas, ha conseguido colocarse en el ranking de los 20 productos agroalimentarios de más valor exportado, con más de 70 millones de euros y por delante del brandy de Jerez.

No obstante, se debe seguir trabajando en la construcción de una imagen integral de calidad de los productos obtenidos por el sector donde tanto los aspectos medioam-

bientales como de ordenación del territorio y de relaciones laborales se tengan muy en cuenta y se difunda junto con las cualidades del producto. Otro de los retos del sector es seguir avanzando en la concentración de oferta y en la ampliación de los mercados.

Además, como el resto de sectores productivos, el de la fresa se enfrenta a nuevos desafíos como consecuencia del nuevo escenario en el que se mueve la agricultura. En este sentido, el sector debe potenciar sobremanera sus ventajas competitivas teniendo en cuenta estas nuevas demandas de los consumidores en calidad, trazabilidad y sostenibilidad, tanto social como ambiental.

El sector necesita de la puesta en marcha de planes de modernización para lograr mantener una rentabilidad que se ha ido perdiendo con el tiempo, ¿Por dónde pasa el futuro del sector?

La mejora de todos aquellos aspectos por los que se tilda al sector como responsable del deterioro ambiental del entorno en el que se desarrolla, el establecimiento en la totalidad del sector de sistemas de certificación que garanticen el manejo sostenible del cultivo, producción integrada y/o ecológica, una mayor dimensión empresarial e internacionalización en los mercados son algunas de las palabras claves para conseguir un sector con futuro y rentable.

En la actualidad, se cuenta con un Plan Estratégico propio que contempla, como clave para ser competitivos, la modernización y la mejora de la rentabilidad de las explotaciones. Estas mejoras pasan sin excepción por aumentar el valor añadido del producto mediante el uso de distintivos de calidad, por la optimización de sus medios de producción, por la capacidad del sector comercializador en ampliar los mercados y la gama de productos de acuerdo con las demandas de los consumidores, por la apues-

ta del sector a la puesta en marcha de actuaciones conjuntas como la promoción.

Pero aparte, como ya he señalado antes, los escenarios para la agricultura y el comercio han cambiado y mucho con el libre comercio, la desaparición de fronteras, en definitiva, la globalización. Es por ello que hay que tener muy en cuenta los nuevos consumidores y sus gustos, personas que viven solas y no disponen de tiempo para comprar diariamente, lo que nos obliga a pensar en otras formas de presentación, y ciudadanos preocupados por algo más que satisfacer sus necesidades alimentarias, el medio ambiente, la inmigración, las relaciones laborales, etc.

En Huelva se trabaja por mantener la rentabilidad en la fresa gracias a medidas de consenso como la creación de una interprofesional que reúne a todos los agentes que participan en la actividad, ¿Intertre- no de este tipo?

Además de facilitar el ordenamiento y mejora de la oferta, una agrupación de este tipo ayuda a potenciar la posición de los productos en los mercados, mediante medidas conjuntas de promoción y comercialización. Contar con un foro en el que están representadas las diferentes categorías profesionales implicadas en la producción, comercialización y transformación de la fresa es esencial para, entre otros aspectos, defender los intereses comunes de un sector que factura por encima de los 300 millones de euros.

En definitiva, se priman los intereses y beneficios sectoriales por encima de los particulares. Precisamente este es el camino que deben seguir los diferentes sectores, anteponiendo el trabajo conjunto en beneficio de todos los implicados. De lo contrario, cada día será más difícil afrontar los retos de futuro, que requieren de la toma de decisiones

y defensa de intereses del conjunto de profesionales que integran el sector.

Hace meses la imagen del sector fresero sufría una campaña de desprestigio por parte de la organización WWF Adena que ha podido ocasionar daños relevantes al sector, ¿Qué soluciones se plantean desde la Consejería?

Es cierto que hay problemas de tipo ambiental y de uso incorrecto del acuífero pero estamos trabajando para solucionarlos y proteger el entorno de Doñana como le corresponde. Lo que no se puede ni se debe permitir es generalizar esta situación a todo el sector por las prácticas incontroladas de unos pocos, cuando precisamente los productores de fresa están realizando importantes esfuerzos para impulsar un cultivo sostenible mediante sistemas de producción integrada, que ya representa más del 60 por ciento de la superficie de fresa, y ecológico.

Asimismo, y con el fin de ir superando las dificultades actuales, quiero recordar que el pasado mes de marzo firmé con la ministra de Agricultura un convenio para la puesta en marcha de las obras de impulsión de El Fresno y las conducciones de transporte de aguas procedentes de los ríos Chanza y Piedras hasta esta zona productiva próxima a Doñana. El acuerdo permitirá aportar aguas superficiales a las explotaciones de la zona reduciendo la presión sobre el acuífero 27.

¿En qué estado se encuentra la proposición no de ley que se aprobó por unanimidad en el Parlamento Andaluz? ¿Qué aspectos concretos plantea esta proposición?

Cómo se recordará el grupo socialista presentó en abril de este año una proposición no de Ley de apoyo al sector de la fresa de Huelva ante las campañas de despre-

_FreshuelvaPROTAGONISTAS

tigio de la que es objeto por parte de determinados países europeos, lógicamente competidores en los mercados comunitarios a los que se destina la mayor parte de la producción andaluza.

El Parlamento de Andalucía aprobó por unanimidad la iniciativa en la que se insta al Gobierno andaluz a realizar sendas campañas en la UE para dar a conocer el uso de las buenas prácticas en el cultivo de la fresa de Huelva. Asimismo, se insta al Gobierno a ofrecer las garantías necesarias para impulsar una producción sostenible en el entorno de Doñana, protegiendo y potenciando las hectáreas implantadas legalmente. Del mismo modo, se exige la vigilancia necesaria para evitar que se amplíe el cultivo, tal y como recoge el Plan de Ordenación Territorial del Ámbito de Doñana recientemente aprobado. Todas estas actuaciones se encuentran en marcha y algunas de ellas dependen en gran manera de los compromisos asumidos por el sector con la firma del Plan Estratégico.

¿Cuáles son los principales retos que se marca el sector?

Tenemos que aprovechar para reflexionar sobre lo que hemos hecho bien, y lo que hemos hecho menos bien. Los fondos de los programas operativos tienen que servir para mejorar la competitividad de nuestros sectores; para concentrar —de verdad— la oferta, para mejorar la

comercialización, para mejorar la calidad en su concepción más integral —medioambiente, paisaje, relaciones laborales, control biológico, agricultura biológica, ordenación del territorio, promoción, publicidad.

¿Qué opina sobre la competencia de la fresa de Huelva en el mercado internacional?

Depende del mercado al que va dirigido, de la época de producción, de las exigencias de los consumidores en los principales países importadores. Huelva es la principal zona de producción a nivel mundial y a nivel europeo, mercado al que va dirigida las producciones onubenses, otros países productores que solapan sus producciones con el final de la campaña en Huelva son los países europeos del área mediterránea. Marruecos es uno de los países cuyas producciones son simultáneas a las onubenses pero como sabe el sector son en su ma-

“Lo que no se puede ni debe permitir, es que los ecologistas generalicen la práctica incontrolada de unos pocos a todo el sector fresero”

yoría empresarios compatriotas. La competitividad de las producciones no está siempre en la reducción de costes sino en la diferenciación de la producción según las exigencias del mercado, los países competidores lo son porque hacen lo mismo que nosotros, Huelva se tiene que distinguir y diferenciar por un producto de calidad, si además lo

unimos a emblemas como Doñana mediante la producción ecológica u otras marcas de calidad la competitividad la tenemos asegurada.

¿Cree que se puede plantear al sector una ampliación de su mercado habitual?

Los mercados europeos y en especial los alemanes, franceses y británicos son los principales consumidores y compradores de nuestras fresas, con un porcentaje que roza el 60 por ciento del total de la producción, otra zona económica importante la conforma EEUU y Canadá. Rusia, Japón y Corea son

“La creación de una interprofesional es el camino que deben seguir otros sectores para anteponer el interés conjunto a los particulares”

grandes consumidores de fresa y aunque todavía se considera prematuro los países emergentes del sudeste asiático se consideran un mercado potencial de futuro. La fresa, junto con la framuesa que también ha experimentado un considerable despegue, suele estar entre los cuatro productos agroalimentarios andaluces que más se exportan. Lo que si resulta recomendable en estos momentos respecto a los mercados, es explorar y buscar nuevos consumidores fuera de la UE, estos países considerados, gracias al desarrollo de las comunicaciones y el libre comercio, están más cerca de nosotros. •

_FreshuelvaDE CERCA



Las cooperativas integradas en Onubafruit desarrollan un programa informático pionero de gestión

Las empresas agrícolas adheridas a la comercializadora Onubafruit y a asociadas a Freshuelva apuestan decididamente por el uso de las nuevas tecnologías y han puesto en marcha un nuevo pionero sistema informático común que sirve como novedosa herramienta de gestión de estas empresas mejorando su eficacia y eficiencia.

Este programa de gestión, que incluye todas las premisas de trazabilidad, calidad y seguridad alimentaria cada vez más instauradas en el sector, se extiende por ahora a cooperativas de Cartaya, Lepe, Lucena, Rociana, Bonares y Bollullos, aunque el objetivo de este sistema es que se extienda a otras empresas agroalimentarias. •

Francisco Javier Contreras, nuevo presidente de Faeca-Huelva

El presidente de la Cooperativa de Nuestra Señora de la Bella de Lepe y miembro de la Junta Directiva de Freshuelva, Francisco Javier Contreras Santana, ha sido elegido presidente de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas (Faeca) en Huelva en una asamblea general ordinaria celebrada a mediados del mes de mayo tras 38 años de presidencia de José Luis García Palacios.

Contreras, presidente de Cobella desde hace más de 20 años formaba parte del Consejo rector desde hacía más de ocho y asumía la gerencia de su empresa familiar hace 14 años. •

Viveros

Planasa, con toda confianza

inotalis

PLANASA

20 años

1987 - 2007

MARPHI

MAQUINARIAS FERTILIZANTES

www.marphi.com

Clarke, Model & Cº

LIDERES EN PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELLECTUAL EN PAISES DE HABLA HISPANA Y PORTUGUESA

Pioneros de las unidades de Variedades Vegetales, Biotecnología y otros campos de la Propiedad Industrial e Intelectual, asesoramos en todas las modalidades, desde marcas y patentes, nombres de dominio, derechos de autor, Inteligencia y Vigilancia Tecnológica hasta Transferencia de Tecnología.



Repercusión de la nueva reforma de la OCM de Frutas y Hortalizas en sector de la fresa y la frambuesa

16 La reforma de la OCM de frutas y hortalizas, aprobada el 12 de junio en el Consejo de Ministros de Agricultura de la UE, es una reforma continuista para el sector orientado al mercado en fresco, y por tanto para la mayoría del sector productor y comercializador de fresa y frambuesa de Huelva. Sin embargo, si hay cambios importantes para el sector de transformados de frutas y hortalizas en general y para la fresa con destino a la transformación en determinados Estados miembros.

Para la fresa y frambuesa destinada al mercado en fresco la nueva OCM no incluye cambios significativos. Con relación a los instrumentos generales de la OCM a continuación se relacionan sus implicaciones para el sector de fresa y frambuesa:

- Normas de comercialización. Se mantienen las normas de calidad comunitarias siendo obligatorio su cumplimiento para los productos importados.
- Organizaciones de productores. Se mantiene la regulación básica actual flexibilizando su reconocimiento y la participación de los agricultores. Se facilita el reconocimiento para un solo producto y la participación de los agricultores a una sola organización con respecto a la producción de un producto de su explotación. Por

ejemplo un productor que cultive fresa, frambuesa, cítricos y melones podrá estar en varias organizaciones de productores a la vez, una fresa y frambuesa, otra para cítricos y otra para melón

- Fondos y programas operativos. Se mantiene la ayuda financiera comunitaria para el programa operativo en el 4,1% del valor de la producción comercializada por la organización de productores, incrementándose en un 0,5% para la prevención y gestión de crisis de mercado. Se admiten como medidas de intervención las retiradas del mercado, la cosecha en verde o la renuncia a efectuar la cosecha (labrar la producción en el campo). No se ha fijado en el Reglamento del Consejo ni como se declaran las crisis, ni los precios que se pa-

garian a los agricultores, lo que deberá ser desarrollado por la Comisión y los Estados miembros. Las medidas de gestión de crisis no podrán representar más de un tercio del importe del programa operativo. Se ha introducido como nuevo requisito que el 10% del programa se destine a acciones medioambientales.

- Gestión de crisis de mercado. El acuerdo del Consejo aprobó que los Estados miembros puedan extender las medidas de gestión de crisis a los productores no asociados que firmen un contrato con la organización de productores. La compensación a estos productores se realizaría con fondos nacionales y no podrá superar el 75% de la ayuda comunitaria pagada a los miembros de la organización de productores.

- Ampliación de normas a los productores de una zona económica. Se mantiene básicamente la regulación actual, no aplicada en España, pero se reducen los porcentajes de representatividad exigidos para adoptar acuerdos que la Administración pueda hacer obligatorios al conjunto de los productores de una zona económica fijándose en el 50% de los productores y el 60% de la producción.

- Comercio con terceros países. La reforma de la OCM aprobada incorpora una declaración en la que se establece que las importaciones de frutas y hortalizas procedentes de países terceros deberán estar sometidas a las mismas exigencias y controles fitosanitarios que las producciones europeas. No obstante, no se ha introducido ningún cambio significativo en el capítulo V relativo al comercio con terceros países, por lo que la protección arancelaria del sector depende del resultado de las negociaciones de la OMC y de los acuerdos comerciales o de asociación de la UE con terceros países. Actualmente las fresas y frambuesas importadas tienen un derecho ad valorem del 11,2% y del 8,8% respectivamente, si bien Marruecos está exento de este derecho hasta el 31 de marzo por el Acuerdo de Asociación con la UE.

Una novedad importante en la OCM aprobada es que se mantiene durante tres años la prohibición de cultivar frutas y hortalizas en parcelas declaradas para el cobro de las ayudas a la renta en régimen de pago único, lo que evitará que convivan productores tradicionales sin ninguna ayuda a la renta y nuevos productores con ayudas derivadas del régimen de pago único.

Para el sector de transformados la reforma si es trascendente, ya que supone el cambio del sistema de ayudas y su integración en el régimen de pago único. Al final del periodo transitorio, fijado según productos, las ayudas directas que ahora reciben los productores que

destinan su producción a la industria se suprimirán y en su lugar se dará una ayuda por hectárea o superficie. Éste es el principal cambio de la nueva OCM.

Para las fresas y frambuesas con destino a la transformación en los nuevos Estados miembros, el Consejo de Ministros de Agricultura acordó que, "con el objetivo de que los productores de fresa y frambuesa destinada a transformación puedan adaptarse a las circunstancias del mercado, se establecerá un pago directo transitorio financiado con presupuesto comunitario y para un periodo de 5 años, que finalizará el 31 de diciembre de 2012".

El pago financiado con presupuesto comunitario no deberá exceder los 230 euros por hectárea. Los Estados miembros podrán pagar una ayuda nacional complementaria. En dicho caso, la cuantía total no excederá los 400 euros por hectárea. Los pagos se limitarán a una superficie máxima garantizada para toda la Comunidad de 52.700 hectáreas, que se distribuirán como sigue:

Estado Miembro	Hectáreas
Bulgaria	2.400
Hungría	1.700
Polonia	48.000
Lituania	6.000
Total	52.700

En definitiva, para los productores de fresa para consumo en fresco, la trascendencia de lo aprobado es menor, lo que confirma que el futuro de la fresa y frambuesa dependerá de la capacidad de los productores para mantener la adaptación de sus productos a la demanda y seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más global.

No obstante, el proceso de reforma no ha finalizado. Lo acordado en el Consejo de Ministros del 11 y 12 de junio debe plasmarse en un Reglamento comunitario, que está previsto que sea presentado para su aprobación al Consejo de Ministros de Agricultura del 16 y 17 de julio. Una vez aprobado por el Consejo y de forma inmediata se iniciarán los trabajos en el Comité de Gestión de frutas y hortalizas sobre los reglamentos de aplicación de la Comisión que deberán ser objeto de aprobación urgente para que la reforma entre en vigor de forma escalonada el 1 de enero de 2008. •

Nuevas medidas antidumping para las fresas chinas

La Comisión Europea ha adoptado una propuesta de Reglamento para la imposición de medidas antidumping definitivas aplicables a las fresas frescas, cocidas o congeladas procedentes de china. Dicha propuesta establece un periodo mínimo y unos derechos adicionales así como excepciones para dos empresas chinas.

El objetivo es evitar siempre que la fresa procedente de este país entre en la UE a un precio menor que el mínimo establecido en la propuesta de Reglamento y evitar que se declaren precios falsos en frontera, introduciendo un doble filtro: el precio declarado en frontera y luego el precio declarado al primer cliente de la comunidad. Las medidas "definitivas" aplicadas estarán en vigor durante un periodo de 5 años. •

Renta 2006

El pasado 30 de mayo se publicó en el BOE la Orden EHA/1493/2007, de 26 de abril, por la que se reducen para el periodo impositivo de 2006 los índices de rendimiento neto aplicables en el método de estimación objetiva en el Impuesto sobre la Renta de las personas Físicas para las actividades agrícolas y ganaderas afectadas por diversas circunstancias excepcionales.

Dado que en el Apéndice del Índice de rendimiento neto aplicable en el periodo 2006 figura la fresa y el fresón, todas la Declaraciones de la Renta de las Personas Físicas en la que se apliquen estos índices, el correspondiente a la fresa será el 0,27. •



Un estudio comprueba que el control de los rayos ultravioleta aumenta el peso de la fresa

El grupo de investigación de Bioquímica y Biotécnica de Algas de la Universidad de Huelva (UHU), en colaboración con el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial (INTA), trabaja en un proyecto que persigue estudiar los efectos de las radiaciones sobre productos vegetales con valor comercial, entre los que se encuentra la fresa. El objetivo de esta investigación es estudiar si se puede incrementar la productividad del cultivo de fresa mediante el control de las radiaciones ultravioleta. La experimentación ha contado desde el principio con la cooperación del Instituto de Botánica de la Universidad Friedrich-Alexander de Alemania, que ha proporcionado los distintos materiales plásticos que se caracterizan por dejar pasar de forma selectiva algunas radiaciones. En concreto, algunos plásticos que se han utilizado para cubrir los frutos no permiten el paso de radiaciones ultravioleta.

Se hicieron diferentes tratamientos consistentes en utilizar un tipo de material plástico para cubrir los cultivos de fresa. Los resultados obtenidos indicaron que el peso promedio total de las fresas producidas por plantas crecidas bajo plásticos que no dejan pasar la radiación UV era sensiblemente superior al de las plantas cubiertas con plásticos que dejan pasar todas las radiaciones solares.

Los estudios preliminares se iniciaron en el año 2004, mediante una primera campaña de trabajos en campo que contó con el apoyo de la empresa Gorofres, compañía que cedió la parcela experimental y aportó el cuidado de los plantones y el asesoramiento técnico necesario. •

Antonia Conde le ha devuelto la ilusión a Magdalena Cristina Bojarska



Esta empresaria de Lucena del Puerto conoció a Magdalena Cristina Bojarska en febrero de 2002 cuando formó parte del primer contingente de polacas contratadas en origen por Freshuelva que acudían a la campaña fresera de Huelva. Hoy, cinco años después, Magdalena es una más de la familia porque tras un diagnóstico de insuficiencia renal crónica en 2003, Antonia Conde le ofreció la posibilidad de que se quedara en Huelva para que pudiera someterse al tratamiento de diálisis.

Hablar con Magdalena Cristina Bojarska es hacerlo con una persona feliz, una joven polaca de 26 años que gracias a la generosidad de la empresaria fresera de Lucena Antonia Conde ha recuperado la ilusión por la vida.

Todo empezó en el mes de febrero del año 2002, cuando Magdalena llegó por vez primera a España junto a otras polacas para trabajar en la campaña de la fresa de Huelva. Trabajó para Antonia Conde, empresaria de Lucena de la S.A.C. Fresconde.

Al año siguiente Magdalena volvió de nuevo a España para desarrollar las labores de recogida de la fresa y al poco de su regreso comenzó a aquejarse de dolencias que en un principio fueron achacadas a una bronquitis y después a una neumonía.

Pero lo que Magdalena Cristina padecía era insuficiencia renal crónica y su único tratamiento, una diálisis que cada tres días la obligaba a estar pendiente de una máquina durante unas horas. "Tenía miedo de volver a Polonia y de que allí no se me prestara la atención necesaria", reconoce Magdalena, así que Antonia no dudó ni un solo momento en ofrecerle la posibilidad de que se quedara en

su casa para que pudiera recuperar la ilusión y tener "más calidad de vida de la que pudiera llevar en su país".

Y Antonia lo hizo de corazón, el que le ha demostrado en los cuatro años y cuatro meses que Magdalena lleva viviendo en su casa, junto a su marido José y a sus tres hijos. Una convivencia basada en el cariño que ha hecho que Magdalena llame a Antonia como "mi madre adoptiva porque llamarla jefa es muy frío y no me gusta".

Magdalena se encuentra encantada en España y nos confiesa que le gustaría quedarse a vivir aquí. Además nos cuenta que ha encontrado pareja en Huelva.

Antonia, por su parte, que ha demostrado un lado humano y solidario digno de reconocimiento nos confiesa que se negó "a abandonar a Magdalena" y recuerda las noches de ingreso en el hospital en las que la joven mostraba su preocupación de volver a Polonia.

Una muestra de que en la mecánica laboral de nuestras empresas, surgen contactos personales que nutren, dan vida y color a nuestra actividad y que humanizan una vez más, el sector de la fresa de Huelva. •



Polígono El Algarabito 21800 MOGÚER (Huelva)

Tel.: 959 373 040

Fax: 959 371 313

Móvil: 687 776 238

GRUPOS MOTOBOMBAS
BOMBAS SUMERGIBLES Y HORIZONTALES
RIEGO POR ASPERSIÓN - MAQUINARIA AGRÍCOLA
ROPA DE TRABAJO - PROTECCIÓN LABORAL
FERRETERÍA INDUSTRIAL
MAQUINARIA DE CONSTRUCCIÓN
 E-mail: cardenas@riegoscardenas.com

Freshuelva **NUESTRAS EMPRESAS**



S.A.C. Costa de Huelva, el valor de la veteranía

20 *En el año 1980 la Sociedad Cooperativa Andaluza Costa de Huelva comenzó a dar sus primeros pasos. Eran otros tiempos y mucho han cambiado las cosas desde que la primera cooperativa del sector fresero abriera sus puertas para dar servicio a los agricultores de, por entonces, Lucena del Puerto, Palos de la Frontera, Moguer y San Bartolomé de la Torre. Hoy, casi tres décadas después y con unas previsiones anuales de 30 millones de euros para este ejercicio, Costa de Huelva muestra su más firme apuesta por la diversificación del sector y por la calidad demostrada a través de numerosas certificaciones.*

Como muestra de la evolución y el crecimiento de esta cooperativa un botón: en el año 1996 Costa de Huelva facturó 9 millones de euros y las previsiones al cierre de esta campaña alcanzan la cifra hasta los 30. Esta Sociedad Cooperativa Andaluza que cuenta con unos 150 agricultores y casi 600 hectáreas avanza en dos claras direcciones: la diversificación de su producción hacia la frambuesa y la adopción de criterios y marchamos de calidad como elemento diferencia-

dor de la calidad de sus productos.

Es por ello que este año esta cooperativa instalada en Lucena del Puerto y que ocupa el número dos en el ranking activo entre las más veteranas de Freshuelva ha contado con 320 hectáreas destinadas a la frambuesa (que le ha supuesto 19 millones de euros) frente a las 200 que han acogido el cultivo de fresa (con un montante de 10 millones). Además, 25 hectáreas se han destinado a los arándanos y 8 a la mora.

Lógicamente, desde Costa de Huelva se comparte el balance general de Freshuelva de la última campaña y afirman que ha sido "razonablemente buena" aunque en el subsector de la frambuesa destacan el moderado exceso de producción de esta temporada que ha provocado que el precio medio de la frambuesa haya rondado los 5 euros para el agricultor. Su producto ha encontrado salida en los principales mercados europeos, principalmente en países como Inglaterra,

Francia y Alemania, entre otros.

En cuanto a la apuesta por la calidad, Costa de Huelva ha evolucionado en la certificaciones de seguridad alimentaria. Por ello cuenta con las certificaciones ISO 9001, 14001 y 22000, la BRC, el Eurepgap o la etiqueta Doñana 21 que otorga la fundación del mismo nombre y que certifica la buena gestión medioambiental de la empresa, entre otros distintivos. Es por ello que Costa de Huelva se vea sorprendida por las acusaciones generalizadas que WWF/Adena ha vertido durante esta temporada sobre la actividad del sector fresero en las inmediaciones de Doñana.

Costa de Huelva también apuesta por un futuro que pasa por la integración empresarial. Por ello, forma parte además de Freshuelva, de proyectos como Hudisa, Onubafruits, Suca o Fresas Nuevos Materiales, en los que una sinergia a otras empresas y cooperativas del sector fresero porque para los representantes de esta cooperativa es fundamental la unión y el trabajo en común en pro de una mayor calidad de los productos del sector.

En cuanto a Freshuelva, de la que es socio fundador y miembro de su Junta Directiva desde entonces, Costa de Huelva ve un foro de debate importante sobre las necesidades y problemas del sector, un elemento integrador fundamental para las empresas freseras y un gestor ideal para la contratación de trabajadores en origen. •

Costa de Huelva muestra su apuesta decidida por las certificaciones de calidad como elemento diferenciador de su producción.

Su anuncio aquí

Si quiere que su anuncio llegue a todo el sector fresero de la provincia de Huelva.

Póngase en contacto con nosotros en el teléfono

959 54 07 64

o a través del correo electrónico publicidad@gestocomunicacion.com



“No me cabe duda de que la unión hace la fuerza”

Fernando Diego Regidor Regidor. Agricultor.

Este agricultor de Lucena del Puerto de 55 años de edad está convencido de que la unión hace la fuerza y de que “las cooperativas han desarrollado un papel fundamental” en la vertebración del sector frutero de la provincia de Huelva. Fernando lleva 25 años en el Consejo Rector de la Cooperativa Costa de Huelva de Lucena y no titubea en hacer frente a nuevos horizontes como hizo hace siete años al dedicarse a la frambuesa y como hará la próxima campaña con los cultivos biológicos.

22 *Usted es un veterano del sector, ¿Cómo ha evolucionado en estas últimas décadas?*

Llevo en el mundo de la agricultura más de 30 años y formo parte del Consejo Rector de la Cooperativa de Lucena desde hace 25 años. Efectivamente soy un veterano, junto a Manuel Hernández Acevedo, somos los dos más antiguos de Costa de Huelva. El sector de la fresa y la frambuesa ha evolucionado mucho en los últimos años. Antes, el agricultor que más hectárea dedicaba al cultivo de la fresa lo hacía con 4 hectáreas, ahora el que menos dedica 14 o 15.

Además, hoy día, la tecnología ha permitido numerosos avances y los peritos desempeñan un papel fundamental en la mejora del rendimiento de los cultivos.

Vivió el momento del nacimiento de las cooperativas, ¿Cómo lo recuerda?

Fuimos conscientes de la importancia de unir nuestros esfuerzos para trabajar en común.

Nos pusimos de acuerdo porque no nos cabía duda de que la unión hace la fuerza y de que estas estructuras iban a desarrollar un papel fundamental en la dinamización del sector. Pienso que sin las cooperativas el sector de la fresa hubiera sido un caos.

Además, no dejamos de apostar por organismos integradores, por ello además formamos parte de Freshuelva y Onubafruits, por ejemplo.

¿Después de tantos años años de actividad que evolución ha experi-

mentado en sus cultivos?

Hace siete años, atendiendo las recomendaciones de los profesionales y por la idoneidad de mis tierras diversifiqué mi actividad a la frambuesa hasta el punto que en esta campaña me he dedicado a ella en exclusividad. Es un producto que ha tenido una buena evolución en los mercados.

Además, planteo para el año que viene dedicar mis 14 hectáreas al cultivo biológico.

Desde su experiencia, ¿Cómo ve el futuro del sector?

Pienso que algunos empresarios desaparecerán y que sólo los más preparados y adaptados a los nuevos tiempos seguirán.

“Freshuelva ha apoyado desde el principio la candidatura de Huelva para este congreso”



Dr. José López Medina

**Director/
Convener del
VI Simposio
Internacional
de la Fresa
2008**

ambos procedentes de California, Günther Staudt de Alemania y Balz Frei de Oregón, todos ellos de reconocido prestigio en el ámbito científico.

Huelva ha desbancado a gigantes como China o Japón en la candidatura para ser sede de este evento ¿cuáles han sido sus grandes bazas?

Tuve el honor de defender nuestra candidatura en Australia en septiembre de 2004, frente a las candidaturas presentadas por China, Japón y Turquía, con el lema “Busca Calidad, Busca Huelva”. Nuestra aspiración la realización de un Simposio Internacional de la Fresa, cuya excelencia permita marcar un antes y un después en la celebración de este tipo de eventos.

Este es el convencimiento del Gobierno Andaluz, que a través de la Consejería de Agricultura y Pesca, la Universidad de Huelva, la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa (IFAPA), la Diputación de Huelva, Freshuelva y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, junto con nuestros patrocinadores: El Monte, Fundación Caja Rural del Sur, Eurosemillas, Grupo Medina e Inotalis, avalan y garantizan el éxito de este Simposio.

¿Cuál es el objetivo principal de esta cita que convertirá a Huelva en capital mundial de la fresa?

El VI Simposio Internacional de la Fresa es un Congreso impulsado por la Sociedad Internacional de Ciencias Hortícolas (ISHS) que se celebra cada cuatro años y que reúne a los mejores investigadores del mundo en las diferentes áreas de conocimiento del cultivo de la fresa.

¿Cuáles serán los temas principales que se traten?

Todos aquellos relacionados con el cultivo de la fresa: Variedades, Genética y Mejora, Fisiología, Fitorreguladores, Alternativas al Bromuro de Metilo, Viveros, Cultivo protegido, Cultivo sin suelo, Protección del cultivo, Producción integrada, Producción ecológica, etc., entre otros.

¿Qué países han mostrado hasta ahora mayor interés por participar?

Los países emergentes han mostrado un interés sorprendente: Brasil, Argentina, Marruecos, Turquía, India, etc., sin olvidar, por supuesto, a los mayores productores mundiales Estados Unidos, China, Corea, Japón, Canadá, etc.

Está previsto que acudan científicos de los cinco continentes ¿Puede adelantarse ya algún nombre?

Algunos ya han confirmado su asistencia como es el caso de los conferenciantes invitados, nombres conocidos por el sector como Kirk Larson y Douglas Shaw,

¿Hasta la celebración del evento cuál será su papel en la organización del mismo?

Consiste en conseguir la excelencia científica del Simposio, mediante la constitución del Comité Científico, que reúne a los mejores expertos a nivel mundial, la búsqueda de los científicos de primer orden para las conferencias plenarias y en la selección rigurosa de las mejores comunicaciones o ponencias a ser expuestas en el Simposio; afortunadamente cuento con el apoyo de tres excelentes Comités: Técnico, Científico y Organizador.

¿Qué papel ha jugado y jugará Freshuelva en la celebración de este congreso?

Freshuelva ha apoyado desde el principio la defensa de la candidatura de Huelva y participa de forma muy activa en la organización del Simposio; desde aquí, quiero agradecerle todo el apoyo recibido, agradecimiento que hago extensivo a todas las Instituciones y Patrocinadores que han hecho posible celebrar el VI Simposio Internacional de la Fresa 2008 en Huelva. •

Más información: www.iss2008spain.com

Freshuelva **EXPERTOS**

Hudisa aglutina a una serie de empresas productoras fraseras cuya principal actividad consiste en la gestión integral y transformación de la fresa de calidad "industria". La idea primigenia comienza a forjarse en el año 2000 como consecuencia de la situación tan particular que se venía desarrollando con la fresa de industria en las campañas anteriores. Este proyecto es incubado y apoyado desde el principio por Freshuelva y tras varios años complicados para poner de acuerdo a algunas de las empresas que participaron en las negociaciones iniciales se constituye la empresa Hudisa, la cual está formada por los 19 socios agrícolas (Hudasa) más las participaciones correspondientes de Cajasol, Caja Rural y Diputación de Huelva.

Hudisa: La apuesta definitiva por la fresa de industria

Alberto Meynet
Gerente Hudisa



Los comienzos de la empresa fueron especialmente difíciles ya que fue en el año 2004 cuando sucede la entrada masiva de fresa congelada y aseptica en el mercado europeo a precios absolutamente por debajo del mercado, que hace que se produzca una paralización en las ventas y en los contratos. La consecuencia final es la gran cantidad de stocks de fresa congelada y derivados que permanecen en las cámaras durante meses e incluso varios años.

La campaña 2005 de hecho es la que peor precio para la fresa de industria arroja en la historia de este producto y es en este contexto en el cual tiene Hudisa que empezar a introducirse en los mercados internacionales. Al año siguiente la situación es similar y es entonces cuando por causa de los bajos precios que se ofrecía en Huelva se dan las circunstancias tan especiales que hacen que acabe la campaña de fresa con una falta importante de producto, que por último nos ha llevado al panorama en el que se ha desarrollado la presente campaña. Mejores precios y más interés desde los inicios de la campaña por la fresa de industria así como una falta generalizada de cantidades, ha sido la tónica general de estos meses.

En este contexto en el que Hudisa, que es una empresa joven y todavía posicionándose lentamente en el mercado, quiere seguir ayudando al sector, y al agricultor en particular, de una manera más firme y decidida. Si bien es difícil predecir las futuras campañas, si es cierto que se van a dar cada vez más una serie de factores, positivos, que deben de hacer más fuerte nuestra posición así como dignificar al máximo la imagen y los precios de la fresa de industria.

Existe una gran cantidad de sectores y nichos de mercado a los que Hudisa debe todavía acceder y sin duda el siguiente paso por el que la empresa, su consejo de

administración y de igual forma cada uno de los casi 3.000 socios agrícolas de Hudisa, quieren apostar en la concentración de este producto para afianzar nuestra gestión y ganar cuota de mercado. La gestión principal de Hudisa consiste en sacar el máximo partido a la fresa de industria al vender la mayor cantidad posible de producto en forma de producto final (aseptico, puré, concentrado y pulpas) o bien semielaborado, (congelado IQF, cisternas otros) o en cualquier caso en formato fresco, pero con precios que al menos cubran costes para el Agricultor. En este sentido, se está haciendo una labor importante para la captación de clientes de producto acabado que son sin duda los que mayor valor añadido dejarían en el sector. En otro orden de cosas, existen proyectos importantes dentro de Hudisa como son el sector de los productos de 2ª transformación (puré de fresa + azúcares, aditivos etc), obtención y recuperación de aromas naturales, desecado y ensacado de semillas de fresa y muchos otros campos planteados.

Por último es prioritario destacar que Hudisa mantiene abierta sus puertas de cara a nuevas incorporaciones de socios y/o de colaboraciones externas de cara a posibles estrategias empresariales del sector. Estamos sin duda en el comienzo de un camino que han seguido en otros sectores agrícolas (frutas, cárnico, lácteos, etc) que apuntan a la concentración máxima de la oferta pero siempre siendo consecuentes con la realidad de nuestro producto y adecuando el proyecto a cada etapa y a cada campaña, que como bien saben los que llevan muchas a sus espaldas son distintas una a una y no siguen un patrón común. Sirva por tanto esta pequeña reflexión para que todo el sector conozca la realidad en la que se ha convertido Hudisa y de igual modo deje patente la voluntad absoluta de apostar por este subproducto "fresa de industria". •

Freshuelva **SERVICIOS**

Freshuelva, un amplio abanico de servicios a disposición de los asociados

Freshuelva, como asociación sectorial de los productores y comercializadores de la fresa de Huelva, ofrece a sus asociados una amplia gama de servicios y acciones multidisciplinares relacionados con el día a día de las empresas. Un amplio abanico de servicios dentro de una permanente disposición para atender al asociado.

En lo que a **servicios y gestiones para las empresas** se refiere, Freshuelva se encarga de la realización mensual de las declaraciones INTRA-SAT, del asesoramiento personalizado y confección de documentaciones para el Registro Sanitario y APPCC, de la información sobre todo tipo de subvenciones y de la redacción de las documentaciones de las mismas, de la realización de escritos de descargo en caso de denuncias, de la defensa de los intereses específicos de los asociados viveristas y productores de frambuesa, de los gestiones directas ante organismos oficiales para solucionar problemas concretos, de la puesta a disposición de la web de Freshuelva para insertar información sobre cualquier empresa asociada, del apoyo directo a la confección y seguimiento de los Programas Operativos, de la defensa ante organismos oficiales competentes de cualquier problema sectorial y de la entrega y recogida de documentos en organismos oficiales.

En lo que al **asesoramiento y la información** se refiere Freshuelva dispone de un amplio paquete de información general requerida por las empresas. De este modo se encarga de la realización de Planes Generales de Higiene, del asesoramiento sobre Certificaciones de Calidad y su implantación, de la ofrecer información diaria de precios, toneladas y evolución del mercado de Perpignan, del asesoramiento específico en Normas de Calidad, del asesoramiento sobre constitución de Organizaciones de Productores, de la información sobre la constitución de Organizaciones de Productores,

de la información sobre todos los aspectos de Producción Integrada, del banco de datos de BOE, Boja y otras publicaciones oficiales, del asesoramiento sobre la implantación de Sistemas de Trazabilidad, temas fitosanitarios y LMR, información de toneladas y cotizaciones de otros mercados, información comercial confidencial sobre potenciales clientes, asesoramiento jurídico, laboral y fiscal de segundo grado, información meteorológica privilegiada, información sobre novedades fiscales, laborales o económicas.

En aspectos **laborales**, Freshuelva se encarga de la gestión gratuita de trabajadores extranjeros con contratos en origen así como trabajadores nacionales y de la instrumentación de un fondo solidario para sellos de trabajadores extranjeros.

Para Freshuelva la **formación** ocupa un lugar de relevancia en el marco de los servicios que ofrece a sus asociados. Es por ello que oferta anualmente cursos de formación multidisciplinares para personal administrativo, técnico, agricultores y trabajadores. Además diseña cursos específicos demandados por los asociados y oferta cursos de formación homologados sobre Aplicaciones de Fitosanitarios, Bromuro de metilo e Higiene Alimentaria.

Freshuelva también tiene una amplia **vocación divulgativa**, por ello se encarga de la organización de charlas y jornadas técnicas de alto nivel para las empresas asociadas y de charlas informativas en las distintas empresas. Y edita puntualmente publicaciones y manuales de carácter

científico o técnico.

Además, desde Freshuelva se realizan **estudios sobre proyectos empresariales** para las empresas asociadas. Así, Freshuelva está en permanente disposición para la ejecución de proyectos técnicos sectoriales de interés general.

De la misma manera la asociación ofrece **servicios de interés económico para el asociado**. Freshuelva gestiona subvenciones al transporte de temporeros y los retornos para las empresas en colaboración con las mutuas, tramita las subvenciones para alojamientos de temporeros, definiendo los intereses de las empresas asociadas ante los importadores de Perpignan, realiza Proyectos Técnicos de todo tipo con significativos descuentos sobre las tarifas mínimas oficiales, se ocupa de la gestión de análisis de residuos gratuitos para las empresas asociadas y hace análisis gratuito de plantas en Laboratorios oficiales. Asimismo, trabaja para la consecución de precios excepcionales para análisis de residuos para Producción Integrada y busca ofertas de tarifas reducidas o descuentos significativos en coches, telefonía, servicios de certificación, patentes de marcas, así como un 20% sobre todos los servicios de Agrocolor.

En cuanto a la **bolsa interna**, Freshuelva ofrece la posibilidad de instrumentar compras en común de cualquier input, hace la divulgación interna de malas experiencias comerciales con determinados clientes y mantiene abierto un mercado interno de compra/venta. •

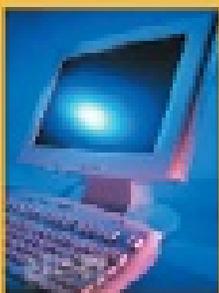
Ya es hora de estar



para eso **TE REGALAMOS**
este magnifico reloj Pendrive USB 512 Mb

SÓLO tienes que abrir una cuenta **JOVEN In**
o pedir tu tarjeta **JOVEN In**, llena de **VENTAJAS PARA TI.**

Llévate gratis este reloj al abrir una cuenta JOVEN In a partir de 200€. Y si ya eres titular de una cuenta joven en Caja Rural del Sur sólo tienes que pedir la tarjeta de débito o crédito JOVEN In o realizar un incremento de saldo de 200€ para llevarte este regalo.



Tu imaginación y esfuerzo tienen premio

La Fundación convoca un concurso de trabajos sobre temas de Investigación + Desarrollo o sobre temas Literarios.

Puedes ganar un ordenador si estás entre los tres finalistas.

Recoge las condiciones y características en cualquier oficina de Caja Rural del Sur.

