

freshuelva

10/19

48



Los frutos rojos onubenses se promocionan en Fruit Attraction
Aumentan un 15% las exportaciones de berries y un 6% su valor la pasada campaña
Freshuelva pide agua, infraestructuras y agilizar trámites para abrir mercados

Sumario

Primera Plana **4** Especial Fruit Attraction **8** Protagonistas **18** A fondo **23** Es noticia **30** De cerca **52** Marco técnico **72** Rostros **94** A ciencia cierta **96** Servicios Freshuelva **98**



¿Sabías que...

Los frutos rojos también se usan en cosmética. Sirven para prevenir la alopecia y el adelgazamiento del cabello; disminuyen la hinchazón de los ojos; reparan la piel con la vitamina C que contienen y que permiten que nuestro cuerpo repare los tejidos. Están involucrados en la fabricación del colágeno.



Edita: **Freshuelva**
Redacción y diseño: **Gestocomunicación**
Imprime: **Artes Gráficas Bonanza**
Depósito Legal: **H 306-2008**
Departamento Comercial: **959 540 764**

Freshuelva, como responsable del tratamiento, le informa que sus datos son recabados con la finalidad de: Gestión administrativa, contable y fiscal, gestión de las relaciones comerciales y transacciones económicas, control de accesos y agenda de visitas, entradas y salidas, acciones de marketing y publicidad en general.. La base jurídica para el tratamiento es la ejecución de un contrato. Para cumplir con la finalidad prevista, sus datos podrán ser comunicados a: Administración tributaria; Bancos, cajas de ahorros y cajas rurales; Administración pública con competencia en la materia. Cualquier persona tiene derecho a solicitar el acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, oposición o derecho a la portabilidad de sus datos personales, escribiéndonos a la dirección de nuestras oficinas, o enviando un correo electrónico a freshuelva@freshuelva.es, indicando el derecho que desea ejercer. Puede obtener información adicional en nuestra página web: www.freshuelva.es.



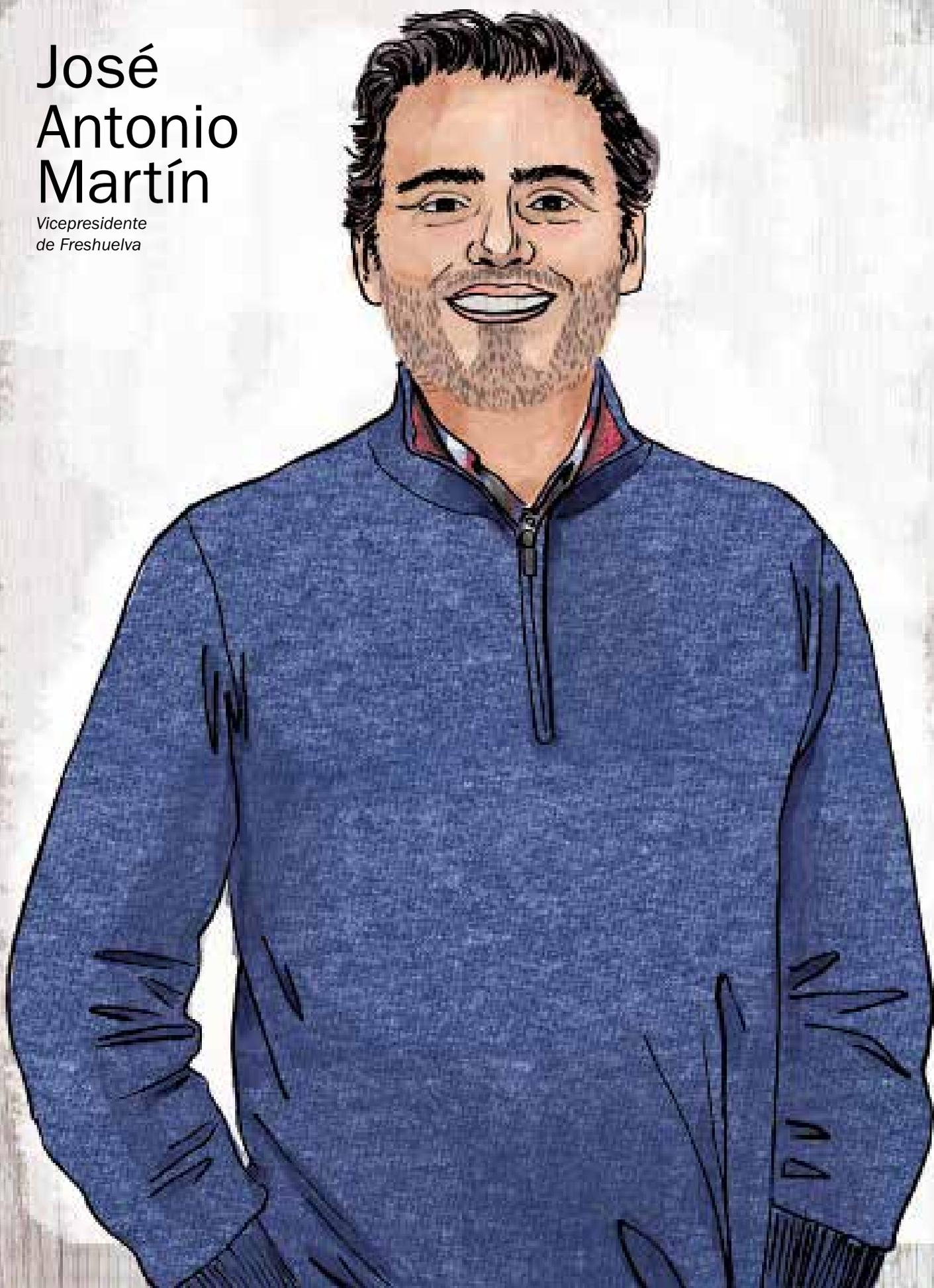
I+D+i PARA UNA
 AGRICULTURA
 DE FUTURO
Naturalmente



Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
 INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIA, GANADERA,
 PESQUERA Y DESENVOLUPO RURAL

José Antonio Martín

*Vicepresidente
de Freshuelva*



“Es importante que las asociaciones trabajemos siempre pensando en el bien de los agricultores”. Con solo 36 años, José Antonio Martín atesora una envidiable experiencia en el sector agrícola. Hijo y nieto de agricultores, tenía clara su vocación, forjada de ver afanarse en el campo a sus abuelos y a sus padres. Paradójicamente, el mal momento que vivió la familia con la crisis del sector de inicios del siglo XXI, le dio la oportunidad de poder dedicarse por entero a su deseada profesión. Sin duda, la empresa familiar Agromartín es todo un ejemplo de salir reforzado de una situación de crisis para resurgir hasta convertirse en uno de los referentes económico y social de la provincia de Huelva.



¿Qué cree que puede aportar al sector desde Agromartín y desde la Vicepresidencia de Freshuelva? Desde Agromartín queremos ayudar al sector intentando estar en los foros de decisión y aportando nuestra experiencia en los problemas del día a día. Actualmente colaboramos con la

Asociación de Citricultores de Huelva, estamos en la junta directiva de Freshuelva y en la junta directiva de Asaja, entre otras, desde las que transmitimos a las asociaciones que nos representan qué necesidades tiene el sector. Desde la Vicepresidencia de Freshuelva vamos a colaborar estrechamente con la Dirección y la Gerencia para lograr los objetivos que se marcan en la junta, con implicación y con trabajo, conscientes de que a veces es un trabajo que no se ve, que cuesta mucho esfuerzo porque es tiempo que quitas de tu propia empresa o de tu vida privada no remunerado y por el bien común. Desde Freshuelva vamos a seguir trabajando y haciendo todo lo posible por el desarrollo y crecimiento de nuestro sector.

¿Qué balance hace de la campaña que acaba de finalizar? Las campañas pueden ser muy diferentes en función de cada tipo de empresa, de las variedades por las que se ha apostado, etc.. De esta campaña, en general, podemos destacar que ha sido buena en términos generales: Ha sido buena climatológicamente, a excepción de algunos daños en algunas explotaciones causados por las lluvias torrenciales de noviembre, y hemos tenido una buena calidad, si bien ha habido algunos momentos de saturación de mercado en los que ciertas variedades copan el mercado, sobre todo a finales de marzo, y hacen caer bastante los precios. Por otro lado, esta campaña ha estado marcada también por la escasez de mano de obra, que se está convirtiendo en uno de los principales problemas del sector.

¿Cuáles son los principales retos que tiene Freshuelva como asociación? Actualmente son muchos los retos que tene-

mos por delante, pero marcaría como una de las prioridades trabajar con las administraciones competentes para satisfacer la demanda de mano de obra cuando nuestras empresas asociadas lo necesiten. Todo esto dando prioridad a los trabajadores nacionales y a los inmigrantes regularizados que viven en nuestra comarca a través de nuestras bolsas de empleo, las ofertas al SAE y la contratación en origen para dar cobertura a los empleos necesarios para nuestras empresas y que no somos capaces de cubrir con el personal de que disponemos en la zona. Además, esto nos permitiría mantener a la plantilla de trabajadores estable durante todo el año, al no tener problemas en la recolección.

¿Por dónde pasa la solución al problema de la saturación de producción de arándano? No hay una solución mágica, pero todo suma y entre las cosas que tenemos que hacer para desbloquear un poco la situación está la diversificación en variedades que vengán por delante y por detrás para evitar las concentraciones de producto, sobre todo en mayo. Otros retos son la promoción a nivel europeo y la apertura de nuevos mercados. Actualmente, Freshuelva está trabajando para abrir los protocolos con India y China, que son complicados, pero en los que ya estamos trabajando con el Ministerio de Agricultura. Sería un gran desahogo para nuestros arándanos poder incluir a estos países en la lista de destino por sus consumidores potenciales y porque nos ofrecen la posibilidad de crear una ruta de comercio bastante importante. También hay que destacar que Freshuelva, como asociación, ha conseguido las ayudas para la retirada del arándano en momentos de crisis de mercado, lo que es un hecho bastante relevante para este producto porque puede ayudar a liberar el mercado en momentos de exceso de oferta.

Se habla mucho de la unidad del sector a la hora de comercializar los productos y de promocionar una imagen única. ¿Qué papel puede jugar Freshuelva en este sentido?

Es importante que, aunque somos varias asociaciones en Huelva, cada una con sus fines y objetivos, olvidemos nuestras diferencias y trabajemos siempre pensando en el bien de los agricultores y eso es lo que intento transmitir al asociacionismo en general, porque la defensa de

los intereses de los agricultores es nuestra razón de ser y para ello tenemos que estar todas las asociaciones unidas. Freshuelva ha jugado y sigue jugando un papel clave en este sentido, como lo demuestra el hecho de que desde Freshuelva hayan salido iniciativas como la de Onubafruit, Hudisa y FNM, tan importantes en nuestro sector a día de hoy y que han surgido en el seno de nuestra asociación. Como retos a futuro, junto a la Interprofesional, tenemos la creación de la asociación de OPFHs y la creación de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) para la fresa y los berries de Huelva, lo que nos permitiría promocionar con fondos europeos la fresa y los berries de Huelva y no tener que hacerlo como Fresas de Europa, sino como Berries de Huelva. Trabajaremos profundamente con la Interprofesional para conseguir estos retos que son muy importantes para el sector y seguiremos defendiendo desde Freshuelva su papel de impulso al sector de los berries.

¿Qué cree que aporta a la promoción de los frutos rojos de la provincia de Huelva su presencia en ferias como Fruit Attraction o Fruit Logística, así como la organización del Congreso de Frutos Rojos, que este año ha cumplido su quinta edición? En Freshuelva siempre hemos tenido claro que la asistencia a las ferias internacionales es muy importante para la promoción de nuestros productos, no solo para la asociación y la imagen de Huelva, sino también para dar cobertura a empresas de nuestra asociación que

no tienen posibilidades de tener *stand* propio. Freshuelva lleva asistiendo a Fruit Logística desde hace al menos 15 años y Fruit Attraction fue una apuesta clara desde el principio, de hecho formamos parte de su comité organizador. Freshuelva tiene *stand* en Madrid desde el primer año con el objetivo de dar cobertura a todos sus socios y mantener encuentros institucionales con representantes políticos de todas las administraciones, que son muy importantes para conseguir los objetivos de nuestros productores, puesto que los políticos son los que al final toman las decisiones que tienen que ver con la legislación y con el futuro del sector y para ello esta feria es un escaparate ideal. Por su parte, el Congreso de Frutos Rojos cada año está teniendo una mayor relevancia, que pone de manifiesto el continuo aumento de asistencia. Intentamos que las ponencias sean de la mejor calidad, trayendo a los mejores profesionales en cada campo, y también que sea un punto de encuentro para todos los agentes del sector que sirva para compartir nuestras inquietudes y ver cómo ha ido la campaña y las tendencias del futuro del negocio. El Congreso empezó como algo local pero ya trasciende al ámbito internacional porque cada vez viene más gente de fuera interesada por el Congreso que hemos desarrollado desde el seno de Freshuelva, en colaboración con la Fundación Caja Rural del Sur y algunas administraciones, para convertirlo en un referente para los berries ♦

PATHFINDER

Cinta de riego PATHFINDER

Pionera en riego de frutos rojos y reto de cultivos

- La tecnología PATHFINDER, ofrece un excelente comportamiento, evitando obturaciones en uso de aguas alcalinas y entrada de partículas al sistema de riego, gracias al tamaño, más entradas de aguas, así como la capacidad de filtración de su laberinto integrado.
- Su sistema de fabricación patentado permite la conformación de un laberinto con la misma exactitud de un proceso de inyección.
- Disponible en varios espesores, caudales y distancias entre puntos de emisión.
- Su laberinto transparente patentado permite realizar inspecciones al interior de la tubería.
- Puede instalarse superficial, colgada o enterrada.
- Fabricada en polietileno de alta densidad, que le proporciona resistencia a productos químicos y a desgarros durante el manejo y uso posterior.

WWW.GRUPOCHAMARTIN.COM
 Connect with us on

CHAMSA
 Pionera en riego de frutos rojos y reto de cultivos
 Delegación Andalucía
 Ctra. Nacional IV km: 552,6
 41700 Dos Hermanas, Sevilla
 T: 954 903 736 - sevillia@grupochamartin.com

DESDE EL CULTIVO HIDROPÓNICO HASTA EL CONSUMIDOR



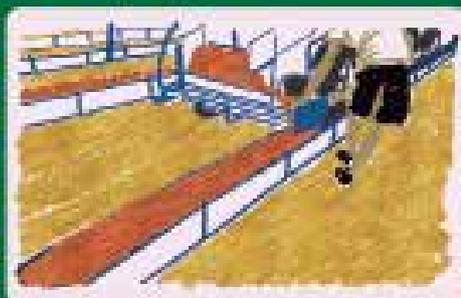
Bobina Hidropónica



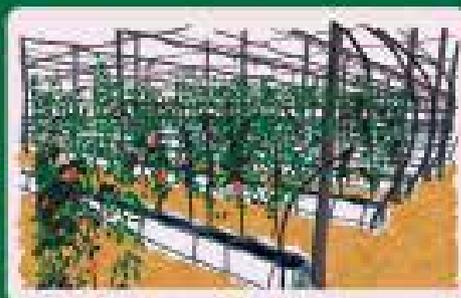
Desenrolle en la finca



Montaje de las canaletas



Llenado de sustrato y plantación



Recogida de frutas



REDUCCIÓN DE COSTES



MAXIMIZA LA CALIDAD Y EL RENDIMIENTO POR M²



PRODUCTO 100% RECICLABLE (ISO 18604)



PERFECTO PARA CULTIVO DE FRESAS



POSIBILIDAD DE NEGRO/ NEGRO Y BLANCO/ NEGRO



100% RECICLABLE
PACKAGING
According to ISO 18604



600 408 184 JUAN MANUEL BUCHÓN (Responsable comercial)



El ministro de Agricultura, Luis Planas, durante la visita al stand de Freshuelva en 2018.

Los berries onubenses se promocionarán en Fruit Attraction a través de su consumo saludable. Freshuelva no cesa en su trabajo de abrir nuevas vías para comercializar sus frutos rojos, al tiempo que potenciará el consumo nacional de estos productos.

Un año más, el sector de los frutos rojos de Huelva acude a Fruit Attraction, la undécima edición ya de este evento, que se ha convertido en el punto de encuentro de referencia con distribuidores y comercializadores de toda Europa.

Más de 1.200 metros cuadrados ocuparán los *stands* de las empresas de Huelva vinculadas al sector de los berries que participarán en Fruit Attraction 2019, cuya undécima edición se desarrollará del 22 al 24 de octubre en el Ifema de Madrid, que organiza la muestra junto a la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas, Fepex. En esta edición se con-

firma la preferencia de los organizadores y asistentes por que la feria se desarrolle de martes a jueves y no de miércoles a viernes como había sido tradicional desde su creación.

La mayoría de los asociados de Freshuelva que acudirán a esta nueva cita se concentrarán en el Pabellón 9, donde se agrupará toda la oferta agroalimentaria de Andalucía.

La Asociación de Productores y Exportadores de Fresas de la provincia onubense también contará, en esta ocasión, con un espacio propio de 128 metros cuadrados en los que se recibirán visitas empresariales e institucionales y se mantendrán diferentes reuniones de trabajo. Una edición más, el *stand* de Freshuelva,

9F05, en el que también estarán las empresas asociadas Bonafrú, Algaida, Frutas El Pinar y Garrocho y Bogado, aspira a ser el epicentro de encuentros entre empresas que trabajan en diferentes momentos de la cadena de producción y comercialización de los frutos rojos onubenses.

Además, acuden a Fruit Attraction con *stand* propio dentro del Pabellón 9 de Andalucía las empresas asociadas de Freshuelva Fresón de Palos, Moguer Cuna de Platero, Grufesa, Fruta de Andalucía, Fresgarrido, Plus Berries, Surexport, Doñana 1998, Euroberry, Flor de Doñana, Green Valley Berries, Inter Terra SAT, Berryworld, Special Fruit, Sat Royal, las empresas Frutas Borja y Garrido y

García SCA en el stand de Freshcitrus SAT y la empresa Floporan dentro del stand de Efloba. También estará en este pabellón 9 la empresa creada por el sector Fresas Nuevos Materiales. Driscoll's en el pabellón 10 y Frutas Esther en el pabellón 7 completan la presencia en la feria de las empresas asociadas de Freshuelva.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha destacado que en la agenda de la Feria está previsto mantener una serie de encuentros con el objetivo de potenciar el mercado nacional de las moras, frambuesas y, sobre todo, de los arándanos, y hacerlo potenciando las cualidades saludables de los berries y sus positivas consecuencias para prevenir enfermedades.

El gerente de Freshuelva ha considerado que el conocimiento de los berries, sobre todo entre los consumidores nacionales, no es directamente proporcional a las ventajas que su consumo conllevan para la salud, demostradas y contrastadas en diferentes estudios que se han llevado a cabo en instituciones académicas de todo el mundo.

En definitiva, el principal objetivo de Freshuelva con su presencia en Fruit Attraction es seguir buscando una mayor proyección de los frutos rojos que redunde en una mayor y mejor comercialización en el mercado nacional para los diferentes berries destacando sus cualidades saludables. Todo ello sin renunciar a ningún nuevo mercado que se abra a estos, con gran posibilidad de entrar o crecer en países como los del norte de Europa o de Oriente Medio.

Freshuelva, que forma parte del comité organizador desde la primera edición de Fruit Attraction, ha subrayado el apoyo a la misma destacando que la importancia de acudir a este evento crece de forma paralela a lo que lo hacen las inquietudes, avances y retos a los que de forma constante está sometido el sector que se da cita en una feria agroalimentaria internacional en la que cada año se reúnen todos los protagonistas de la producción y comercialización de productos agroalimentarios ♦



La ministra de Empleo también estuvo en Freshuelva.



Encuentro con el presidente de la IBO y el exconsejero.



El presidente de Diputación visitó el stand de Cuna.



Se prevé un crecimiento del 10% en la próxima edición.

Fruit Attraction 2019: la mayor edición de su historia, diferente, exclusiva y premium. Prevé un incremento del 10% en superficie de la muestra y en número de expositores.

El Comité Organizador y Asesor de Fruit Attraction, la feria internacional del sector de frutas y hortalizas, organizada por Ifema y Fepex, ha analizado los principales aspectos relacionadas con la organización de la próxima edición, que se celebrará del martes 22 al jueves 24 de octubre, como los últimos datos de participación, previendo un incremento del 10% tanto de la superficie expositiva como del número de expositores, o el programa de actividades paralelas entre los principales puntos. Además, el actual presidente del Comité Organizador, José Gandía, informó de que dejará el cargo, acordándose su relevo por Jorge Brotons en la edición de 2020.

El director de la feria, Raúl Calleja, informó de las últimas cifras de participación de la undécima edición, previendo un aumento del 10% en relación a 2018, tanto del

espacio expositivo, que superará los 55.000 metros cuadrados, como del número de expositores, que ascenderá a 1.800. El número de visitantes llegará los 90.000 procedentes de 130 países.

En el Comité Organizador, del que forma parte Freshuelva, se abordó también el amplio programa de actividades paralelas y jornadas, que dado su número se desarrollarán en distintos espacios. Los Fruit Forum 4 y 6 acogerán jornadas con temática sectorial, como la relativa al Brexit, que bajo el título 'El Brexit en el sector de frutas y hortalizas, visión de España y Reino Unido', se celebrará el miércoles 23 de octubre por la tarde; 'Biofruit Congress', donde se abordarán las características y tendencias de consumo de los productos orgánicos; y 'Technology Attraction', que analizará la innovación y tecnología como instrumento

para mejorar la competitividad. También se celebrará la jornada 'Bulos Alimentarios: Intoxica que algo queda' el martes 22 por la mañana, y el 'Workshop sobre envases y embalajes sostenibles' y la jornada sobre 'La gestión del agua en hortofruticultura', el jueves 24. Además, se realizarán actividades paralelas de carácter comercial o sectorial en los Foros Innova 4 y 5 y en el Foro Smart Agro.

Fruit Attraction contará también en esta edición con un foro específico para el sector de flores y plantas vivas, 'Flower and Garden Forum', donde se abordarán, entre otros temas, los retos y oportunidades del mercado de flor en las cadenas de supermercados en España.

En el Comité también se informó de la buena acogida de los Premios Accelera a la Innovación y el Emprendimiento, al que se han

presentado 53 proyectos y cuyo ganador se elegirá el jueves 24 de octubre. Estos premios están dirigidos a las empresas participantes que presenten el mejor proyecto de producto o servicio para la industria hortofrutícola, valorando los criterios de innovación, sostenibilidad, tecnología aplicada y conocimiento.

En la reunión, Jose Gandía, actual presidente del Comité Organizador trasladó su decisión de dejar el cargo al final de esta edición, acordándose su relevo por Jorge Brotons, presidente de Fepex, de Fexphal (Alicante) y de SAT Bonnysa.

Jose Gandía, presidente del grupo SAT Royal, del Comité de Comercialización de Fepex y miembro de Asociafruit, ha sido presidente del Comité Organizador de Fruit Attraction desde la primera edición, en 2009, destacando su compromiso con la feria y con la promoción del sector de frutas y hortalizas, aportando además al proyecto su experiencia, iniciativa y visión internacional.

Representantes de Ifema, de Fepex, de las asociaciones integradas en la federación, de las asociaciones de la distribución, mayoristas y mercas, principalmente constitu-



Las actividades paralelas complementan la exposición de productos.

yen el Comité Organizador de Fruit Attraction. Las reuniones del Comité Organizador coinciden con las del Comité Asesor en el que intervienen

también los representantes de promoción de las comunidades autónomas implicadas en el desarrollo de la feria ♦

La feria estrena página web con una imagen renovada. Su diseño permite ofrecer experiencias online contextualizadas y personalizadas, además de optimizar la participación e interacción de los usuarios.

Fruit Attraction estrena página web con nuevas funcionalidades y una imagen renovada, que facilita el acceso y la usabilidad para visitantes y expositores.

Su diseño, así como el nuevo sistema de gestión de contenidos (CMS), permite ofrecer experiencias online contextualizadas y personalizadas, además de optimizar la participación e interacción de los usuarios independientemente del dispositivo utilizado para su acceso.

Los usuarios podrán acceder a toda la información de Fruit Attraction –listado de expositores, horarios, ubicación, áreas-, así como

a las novedades que las empresas expositoras presentarán, a tribunas de profesionales del sector, notas de prensa, pases de acceso, acreditaciones de prensa, servicios de reuniones, etc.

En definitiva, este renovado canal digital se establece como uno de los pilares indispensables para generar un vínculo sólido entre Fruit Attraction y sus expositores y visitantes, ya que permite conectar a todos los intervinientes en esta relación y mejorar su comunicación y experiencia. Igualmente, se busca favorecer una efectiva participación en las ferias y eventos, lo que se traducirá

en un estímulo para incrementar los intercambios comerciales y el acceso al conocimiento.

Este cambio se produce en un momento de transformación digital para Ifema, con el objetivo de mejorar su posicionamiento en la red y prestar un servicio online de calidad y adecuado a los nuevos tiempos para los más de 3,6 millones de personas que cada año acuden a las ferias, congresos, convenciones y otros eventos que se celebran en sus recintos. Durante el pasado año, Ifema alcanzó 20 millones de páginas web vistas entre toda su cartera de eventos ♦

El World Fresh Forum busca aprovechar las oportunidades en China, India y Singapur. Se repite esta iniciativa con una gran aceptación entre las empresas participantes.

La 11ª edición de Fruit Attraction acogerá, por tercer año consecutivo, el World Fresh Forum, en el que se presentarán las oportunidades de negocio y los retos comerciales que existen en los países invitados en esta edición: Singapur e India, incluyendo también a China. Organizado por la Secretaría de Estado de Comercio, ICEX España Exportación e Inversiones, Ifema y Fepex, el World Fresh Forum tendrá lugar el 23 y 24 de octubre, segundo y tercer día de la feria en la Sala de Prensa de Ifema (1ª planta del edificio de oficinas).

La primera jornada, 23 de octubre, estará dedicada al mercado en China. El mercado de la fruta en China se encuentra en pleno crecimiento y la capacidad productiva agrícola se está expandiendo de manera notable, con un aumento del 15% en el período 2012-2017 y un crecimiento medio del 2,8%. Las exportaciones españolas de frutas y hortalizas a China han crecido en los últimos 5 años un 96%, pasando de 1,2 millones de euros en 2014 a 29 millones de euros en 2018, según datos de Aduanas. Actualmente, España tienen en vigor protocolos para la exportación de cítricos (naranjas, limones, mandarinas y pomelos), frutas de hueso (melocotones, nectarinas, paraguayos y ciruelas) y, desde este mes de septiembre, también para uvas de mesa.

Se abre así una etapa que ofrece oportunidades para la exportación de fruta con protocolos ya rubricados. Es esencial conocer a fondo el funcionamiento del sector y las demandas específicas de los importadores de fruta. Todo ello se analizará de la mano de los responsables de la Administración, tanto del Ministerio de Agricultura como del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de los importadores y distribuidores chinos que participarán en la sesión. Se analizarán también las diferencias notables que existen entre China



Continental y la zona especial de Hong Kong en cuanto a la entrada y exportación de fruta.

La segunda jornada, el 24 de octubre, estará centrada en India y Singapur. El sector hortofrutícola español tiene un elevado índice de concentración de las exportaciones en la UE, que concentran más del 95% del total exportado, tanto en volumen como en precio. Algunos mercados del Sudeste Asiático ofrecen oportunidades interesantes para la diversificación de destinos, como son India y Singapur.

Singapur es uno de los mayores importadores de Asia de productos agroalimentarios y cuenta con los niveles de consumo de productos alimentarios per cápita más altos del sudeste asiático, ya que el país apenas produce alimentos. Durante el año 2018, las importaciones totales de fruta en Singapur ascendieron hasta los 680 millones de dólares y los principales países de los que se importó dicho producto fueron Estados Unidos (15%), Malasia (12%), China (10%) y Australia (10%). España ocupó el puesto número 14 en el

ranking. El recientemente firmado acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Singapur abre oportunidades interesantes para la fruta española de calidad, especialmente la protegida por DO/IGP. Los singapurenses valoran cada vez más la calidad de los productos y asocian los mercados europeos con altos estándares, en una estrategia clara de diversificación de los orígenes de la fruta importada por volumen y de nueva búsqueda de producto único o premium.

Por su parte, el mercado de la fruta en India se encuentra en pleno crecimiento. La demanda creciente está siendo satisfecha con una producción nacional también creciente y cada vez más eficiente y con unas importaciones cada vez más relevantes. Las importaciones de fruta de India han aumentado un 35% en los últimos cinco años pasando de 2.672 millones de dólares en 2014 a 3.327 millones de dólares en 2018, según datos del ICEX. Respecto a las exportaciones de España han crecido un 84% en el mismo periodo, pasando de 4 millones de euros en 2014 a 7,4 millones de euros en 2018 ♦

Fresón de Palos, fiel a su cita con Fruit Attraction desde su primera edición

Fruit Attraction ha sido siempre para Fresón de Palos una cita importante en el calendario, ya desde su primera edición, hace ahora once años. La feria cada vez ha ido adquiriendo más fuerza en el panorama internacional hasta convertirse, junto a Fruit Logistica-Berlín, en la principal muestra europea del sector hortofrutícola. Un evento al que una empresa como Fresón de Palos no puede faltar, ya que son muchas las herramientas de comunicación y networking con las que la empresa palerma cuenta en IFEMA durante esos días, valiéndose de ellas para cumplir sus objetivos al efecto, que no son otros que presentar sus novedades comerciales, productivas y promocionales de cara a la siguiente campaña, mantener contactos personales con los clientes actuales y potenciales y descubrir las interesantes novedades que se exponen en los diferentes pabellones del recinto. La marca es lo que representa a empresas, entidades y personas y Fruit Attraction es un magnífico escenario para seguir proyectando la enseña Fresón de Palos, dotándola de notoriedad de cara a un público con un perfil profesional claramente definido. La marca Fresón de Palos cuenta con una posición privilegiada en el mercado, ocupando sin duda el 'top of mind' de la categoría entre los



consumidores y también entre los distribuidores, público al que se dirige principalmente este evento anual y al que buscan siempre transmitir que son un sello de garantía y calidad, asociando a su actividad conceptos como la sostenibilidad, la innovación y los hábitos de vida saludable.

Los visitantes podrán descubrir las novedades de Fresón de Palos de cara a la temporada 2019/2020 en el pabellón 9, donde se verán sorprendidos por un original stand de 128 metros cuadrados (*stand 9E07*) ♦



Impulsamos la innovación



www.fresondepalos.es

Premio periodístico al mejor artículo de frutas y hortalizas 2019 en Fruit Attraction.

Convocado por la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España.

La Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE) ha convocado la edición correspondiente a 2019 de sus premios periodísticos anuales, que cuentan con el patrocinio de Fruit Attraction y que constan de dos categorías, una general al mejor texto con temática sobre agricultura ganadería y/o alimentación y una categoría especial específica de frutas y hortalizas.

Podrán optar a estos premios, que cuenta con una dotación de 1.000 euros para cada categoría, los periodistas que desarrollen su actividad profesional en medios españoles.

Se podrá presentar un único trabajo periodístico, columna, artículo, crónica, entrevista, reportaje, etc. por persona, difundido en español y que haya sido publicado en cualquier medio de comunicación español entre el 11 de septiembre de 2018 y el 11 de septiembre de 2019. Los trabajos originales, copias de la publicación, artículos en internet -con el hipervínculo correspondiente-, deberán ser enviados por correo electrónico a la siguiente dirección: apae@apae.es.

Los premios periodísticos de APAE cuentan con el patrocinio de



Nueva edición del premio periodístico en la feria.

la feria Fruit Attraction, que este año celebra su undécima edición del 22 y el 24 de octubre en Ifema, y con la colaboración de Fepex. La entrega

de los galardones tendrá lugar en el transcurso de una jornada organizada por APAE durante el transcurso de la feria ♦

Impulso al Programa de Compradores Internacionales.

India y Singapur formarán parte de la iniciativa 'País importador invitado'.

Fruit Attraction, la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, seguirá potenciando su Programa de Compradores Internacionales; una propuesta que permite a las empresas productoras nacionales participantes en la Feria seleccionar a los profesionales de fuera de España que quieren invitar al Salón para potenciar su negocio.

A este programa se suma la iniciativa 'País Importador Invitado', que con India y Singapur como

invitados en esta ocasión, atraerá a la feria a compradores de cada país. Con ello, Fruit Attraction, con la colaboración del ICEX, favorecerá las relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea y estos dos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a Fruit Attraction, sesiones de B2B.

De esta manera, Fruit Attraction, que organizada por Fepex e Ifema se celebrará del 22 al 24 de

octubre, contará con la presencia de 1.000 compradores de todo el mundo. Los participantes son, especialmente, profesionales de la cadena de compras y distribución de todo el mundo, con alto poder de decisión en su empresa y capacidad para negociar en la feria. Una iniciativa que constituye una de las herramientas más eficaces para rentabilizar la participación de las empresas, así como una de las más valoradas por los profesionales ♦



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

RESPONSABILIDAD *Natural*

Nuestro compromiso nos ha llevado a dar un paso más en I+D+i, sostenibilidad y salud. Porque el cuidado de nuestro medio ambiente es clave para poder seguir llevando las mejores fresas y berries a todo el mundo.



CunadePlatero
Your GLOBAL BERRY PARTNER



+34 959 372 125



comercial@cunadeplatero.com



Camino de Montemayor s/n, Moguer, (Huelva), SPAIN



La Feria acoge la jornada 'Technology Attraction: INIA, tecnología al servicio de la agricultura'. Se tratará la importancia de la tecnología para aumentar la competitividad.



Las nuevas tecnologías están presentes en la feria.

La XI edición de Fruit Attraction acogerá, entre otras actividades, la jornada 'Technology Attraction: INIA, tecnología al servicio de la agricultura', organizada por INIA -Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria- y Biovegen -Plataforma tecnológica de biotecnología vegetal-, cuyo objetivo es resaltar la importancia de la tecnología para aumentar la competitividad del sector agrícola español.

De esta manera, el coloquio pretende ser un foro de presentación de las capacidades científico y tecnológicas de la red de centros INIA y cómo ponerla a disposición de sector agro español para mejorar su capa-

cidad tecnológica, competitiva y su inversión en I+D.

En la jornada participarán ponentes de reconocido prestigio como Hipólito Medrano Gil, director de Inagea en Baleares; Esteban García Romero, director de Iriaf en Castilla La Mancha; Enrique Molto García, director de INIA en la Comunidad Valenciana; Leire Barañano Orbe, directora de Neiker en el País Vasco; José Manuel Casanova, presidente y CEO de Probelte; Eva Sánchez, directora y gerente de Innoplant; además de representantes de los centros de investigación INIA, CITA Aragón, Ifapa Andalucía e IRTA Cataluña. Esta sesión se celebrará en el marco

de Fruit Attraction el miércoles 23 de octubre, de 12.00 a 14.30 horas en el espacio Fruit Forum ubicado en el pabellón 4.

El Instituto de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria -INIA- es un organismo público de investigación, el que trabajan 830 personas y que se dedica exclusivamente a la investigación agroalimentaria y forestal.

Biovegen -Plataforma Tecnológica de Biotecnología Vegetal- es una entidad público-privada cuyo objetivo es la mejora de la competitividad del sector a través del desarrollo de tecnologías procedentes de la Biología Vegetal ♦

Salas de reuniones para expositores y visitantes.

Habrán diez salas disponibles en los pabellones 3 y 10 para alquilar durante una hora.

Los expositores y visitantes participantes en Fruit Attraction 2019 podrán beneficiarse del nuevo servicio Express Meeting Rooms For Rent, mediante el cual podrán reservar salas de reuniones dentro de los

pabellones y en cualquier momento durante su estancia en la feria.

La organización pone a disposición de los profesionales un total de diez salas -cinco en el pabellón 3 y otras cinco en el pabellón 10-,

para su alquiler durante un máximo de una hora. Con el servicio Express Meeting Rooms For Rent, se pretende facilitar y acompañar a visitantes y expositores en su proceso de acercamiento y negocio ♦

Bonafrú promocionará la calidad de sus berries en otra edición de Fruit Attraction

La Sociedad Cooperativa Andaluza Hortofrutícola de Bonares, Bonafrú, acude un año más a su cita con la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction, la cita más importante del sector hortofrutícola a nivel nacional y una cita obligada en el calendario de ferias internacionales.

Bonafrú acude de nuevo a Madrid con el objetivo de reforzar sus relaciones con clientes, proveedores y empresas colaboradoras, además de establecer nuevas vías de negocio con entidades presentes en esta cita internacional que se celebra en Ifema entre el 22 y el 24 de octubre.

La cooperativa de Bonares estará presente en la undécima edición de Fruit Attraction con el objetivo también de fortalecer sus relaciones comerciales, así como abrir nuevas vías de negocios, teniendo en cuenta el crecimiento de la cooperativa en los últimos años, en los que está acometiendo una importante inversión para la puesta en cultivo de una nueva finca de 220 hectáreas, adquirida entre los municipios de Lepe y Villablanca, que se han destinado

a impulsar la producción de frutos rojos y a diversificar sus producciones, a tenor de las dificultades que por la escasez de agua de la comarca del Condado están atravesando los municipios de la zona.

La nueva superficie del Andévalo cuenta con un microclima muy conveniente para estos cultivos y con dotaciones de aguas suficientes para los mismos, a diferencia de lo que ocurre en la zona del Condado de Huelva.

Desde el aval de la calidad y la sostenibilidad en los procesos productivos de Bonafrú, la cooperativa de Bonares mantendrá diferentes encuentros de negocios para poner en valor y colocar en el mercado sus fresas, frambuesas y arándanos.

Bonafrú cuenta actualmente con unos 400 socios, un centenar de ellos con actividad. Su producción alcanza los casi 7 millones de kilogramos de fresas, frambuesas y arándanos, cultivados en 350 hectáreas de la provincia, cuya actividad llega a generar 2.500 empleos durante los momentos más álgidos de la campaña ♦



sentimos el campo

Bonafrú

SOCIEDAD COOPERATIVA
ANDALUZA HORTOFRUTÍCOLA
DE BONARES

Ignacio Caraballo

Presidente de la Diputación de Huelva



“La diversificación y la innovación constantes sitúan a los frutos rojos a la vanguardia de la agricultura andaluza y a Huelva como líder en exportaciones.”



Nacido en Chucena en 1953 y técnico en Empresas Turísticas, Ignacio Caraballo tiene una dilatada carrera política. Afiliado al PSOE y a UGT desde 1984, es secretario general del PSOE de Huelva desde el año 2012. También es miembro del Comité Director del PSOE de Andalucía y del Comité Federal del PSOE. Anteriormente fue secretario de Organización de la Ejecutiva Provincial de 2008 a 2012, secretario de Política Municipal de 2004 a 2008 y secretario general del PSOE de Chucena, localidad de la que fue alcalde entre 1991 y 2008. Pero, sin lugar a dudas, el cargo institucional que le ha permitido conocer a fondo la provincia en general y a su sector agrícola en particular ha sido la Diputación de Huelva, de la que fue vicepresidente entre 2003 y 2011, momento al que ascendió a una Presidencia que hoy día también compagina con la del Patronato Provincial de Turismo.

¿Cómo afronta este nuevo mandato al frente de la Diputación de Huelva? Ante todo, agradecido. A mi partido, por haber vuelto a confiar en mí para estar al frente de una institución y de un proyecto en el que creo profundamente; y al equipo de trabajo de la Diputación, político y técnico, que ha hecho y hará posible desarrollar este proyecto en los próximos años.

Y en segundo lugar, ilusionado, que creo que es la mejor forma de trabajar, en este caso, en las políticas públicas y por y para los ayuntamientos. El municipalismo y acercar la Diputación a los pueblos, a través de los diputados y diputadas territoriales, va a seguir siendo el pilar clave de este mandato. Conocer la situación de los municipios permite poner en marcha programas y acciones que den soluciones a los problemas y las necesidades específicas de cada población.

Junto al apoyo y al trabajo codo con codo con los ayuntamientos, hay otras dos líneas estratégicas que también destaqué en mi discurso de investidura: nuestras políticas sociales -a las que la Diputación destina el 25 por ciento del presupuesto- y nuestra colaboración con los sectores económicos de la provincia para contribuir a la creación de empleo digno y estable.

Como filosofía de esta etapa, pretendemos pasar de ser solo una institución prestadora de servicios a los ayuntamientos, algo que era propio del siglo XX, a ser un referente en el territorio por nuestra ayuda a la generación de riqueza en este siglo XXI. Y como dije al tomar posesión como presidente, trabajaremos sin arrogancia pero con seguridad, dialogando y escuchando la voz de la ciudadanía, porque, precisamente en estos momentos, la política y la sociedad están sobradas de crispación y lo que se necesita es tranquilidad y proyectos creíbles y posibles.

¿Cómo calificaría la evolución de los frutos rojos en los últimos años? Los frutos rojos siempre han tenido un peso

fundamental en la economía de la provincia de Huelva, pero el despunte y el auge del sector en los últimos años ha sido enorme e innegable. Y la constatación es su consolidación y posicionamiento en los mercados europeos e internacionales, que cada vez es más fuerte y con mayor presencia.

¿Qué valoración tiene del sector? Los datos hablan por sí solos. La provincia de Huelva es líder en producción de fresa en toda Europa y la mayor exportadora mundial; y los frutos rojos constituyen el 85 por ciento del valor total de las exportaciones hortofrutícolas de la provincia.

La mejor valoración que se puede hacer del sector es su capacidad de seguir creciendo. Partiendo de que la provincia, como enclave geográfico, tiene unas condiciones óptimas para el cultivo de los frutos rojos -y eso es fundamental para la calidad del producto-, nuestros agricultores han sabido detectar dos piedras angulares para la vitalidad del sector. Una es la diversificación, que se traduce en la apuesta por nuevos cultivos como la frambuesa y el arándano. Esa diversificación es clave para el dinamismo y la proyección, como también lo es la inversión continua en proyectos de I+D+i, el otro aspecto fundamental para el crecimiento del sector. La diversificación y la innovación constantes sitúan a los frutos rojos onubenses en la vanguardia de la agricultura andaluza y contribuyen al liderazgo de Huelva en la exportación de los berries.

¿Por dónde cree que pasa el futuro del sector de los frutos rojos? En la línea de la respuesta anterior, yo creo que se están haciendo bien las cosas. La calidad y la excelencia de los frutos rojos que se cultivan en nuestra provincia son sus principales bazas en mercados como el europeo, donde todo lo que signifique calidad vende más, ya que está asociado al consumo de lo sano y lo ecológico. No hay que olvidar que los berries son frutas saludables y muy apreciadas por su sabor.

Y eso se relaciona directamente con la producción ecológica, que comienza a vivir su gran auge gracias el cambio que están propiciando todas las instituciones, empezando por la Unión Europea. La agricultura ecológica debe ser uno de los retos en las próximas campañas: lograr que gran parte de esta producción sea también ecológica.

Y junto a la inversión en I+D+i, seguir trabajando en la diversificación, que está demostrando ser una de nuestras principales ventajas competitivas. Nuestros productores han incorporado nuevos productos, frutas con mayor mercado y valor añadido. Esto se puede apreciar claramente en las últimas campañas, en las que hay un incremento en el número de hectáreas de cultivo de frambuesa y arándanos con la incipiente inclusión de la mora.

¿Qué papel cree que juegan en este futuro las infraestructuras de la provincia, y más especialmente, las hidráulicas que demanda el sector? Aunque esta materia no es competencia de la Diputación, el tan esperado trasvase es vital para la comarca del Condado y para que el sector hortofrutícola sea sostenible. El trasvase será la garantía del abastecimiento de agua para la agricultura de la zona y del desarrollo económico de los pueblos que la comprenden. La buena noticia es que a final de agosto la Confederación Hidrográfica del Guadiana se comprometió con los regantes a acelerar la llegada de agua superficial para las 318 hectáreas pendientes del trasvase de 4,99 hm³ cúbicos.

¿Qué puede hacer la Diputación para contribuir al desarrollo del sector de los frutos rojos? La colaboración y la promoción de todos los sectores productivos de la provincia es una de las líneas estratégicas de la Diputación, como ya se ha dicho. Y para ello contamos con dos herramientas fundamentales a la hora de orientar, impulsar y facilitar el camino: el Plan Estratégico de la provincia de Huelva y la Oficina Huelva Empresa, con la que hemos acompañado a todos los sectores económicos onubenses a medio centenar de ferias nacionales e internacionales en 13 países.

El más claro ejemplo en el caso de los berries es el acompañamiento al sector a las ferias Fruit Logística de Berlín o Fruit Attraction en Madrid, referentes en el comercio internacional hortofrutícola y citas en las que nunca falta la presencia de la provincia de la mano de Freshuelva. Por otro lado, la Diputación lleva años promoviendo el consumo de productos y servicios locales a través de la campaña 'Que sea de Huelva', cada vez más conocida y extendida en los municipios. Junto a ello hay otras iniciativas, como Huelva Excelencia, organizada por el Patronato de Turismo en colaboración con Huelva Empresa y dirigida a la creación de nuevos canales de distribución y comercialización dentro de nuestro país, como llevar fresas y berries a los establecimientos de restauración y hostelería.

¿Cómo considera que es la promoción que lleva a cabo el sector para dar a conocer los productos? ¿Cuál cree que es el

papel de Freshuelva en este área? Los frutos rojos de Huelva constituyen en sí mismos una marca, que cuenta con una proyección y es referente de calidad en toda Europa. Eso es algo clave para la promoción y creo que Freshuelva representa perfectamente esa imagen de marca.

Como asociación de productores, Freshuelva desempeña un papel clave en muchos aspectos: la presencia estratégica del sector en las ferias y congresos más importantes; o la interlocución ante las administraciones públicas, los sectores productores homólogos de otros países, los medios de comunicación y los agentes sociales y económicos...Y, por supuesto, la labor de Freshuelva a la hora de promocionar y defender el sector es ejemplar, como demuestra su trayectoria.

A ello se suma desde hace cinco años la organización del Congreso de Frutos Rojos, que se ha consolidado como una cita de referencia para el sector a nivel mundial y en el encuentro internacional más importante que celebra actualmente el sector de los berries.

El trabajo de Freshuelva contribuye al posicionamiento del que goza la agricultura de la provincia de Huelva a la vanguardia en cuanto innovación, transferencia de conocimiento y promoción.

¿Qué opinión le merece el Congreso de Frutos Rojos que organiza Freshuelva gracias a la colaboración, entre otras administraciones, de la Diputación de Huelva? Gracias a su organización impecable y a la calidad y el interés de sus contenidos, el Congreso de Frutos Rojos ha logrado que la provincia de Huelva se convierta cada año en el epicentro del sector.

Es un privilegio y una oportunidad que Huelva haya sido elegida como su sede permanente, lo que cada año permite contar en nuestra ciudad con los principales representantes del sector de los frutos rojos, tanto las empresas productoras, como comercializadoras, las que prestan servicios o distribuyen productos de aplicación y uso directo en esta actividad, así como a todos los agentes institucionales, sociales y empresariales ligados al sector.

La Diputación no podía faltar a una cita del calado del Congreso de Frutos Rojos, por lo que hemos sido patrocinadores institucionales desde la primera edición. Las ediciones celebradas hasta ahora demuestran la capacidad y preparación que tiene nuestra provincia para acoger y organizar grandes eventos.

Huelva se convierte en esos días en foro de análisis y debate de temas que son claves para el sector, como las fórmulas para hacer más competitivo y más atractivo el producto, la innovación en los regadíos, la aplicación de nuevas tecnologías, la innovación con energías limpias y renovables o la agricultura sostenible, entre otros. Por eso, tal y como comprobaremos en la próxima edición del Congreso, tenemos que aprovechar la gran oportunidad que nos permite aprender tanto sobre los frutos rojos cada año ♦



Desarrollando una nueva agricultura ecológica, rentable y de alta calidad

LiberPro®

La tecnología **LiberPro®** recientemente incorporada a la línea de productos HEFONA supone un cambio drástico en el concepto de formulación, disponibilidad y asimilación de fitonutrientes en los cultivos con el fin de multiplicar las posibilidades nutricionales de cada uno de ellos. Las plantas cuentan con múltiples mecanismos de asimilación, cada uno con unas exigencias específicas. Esta tecnología permite cubrir todos los niveles de exigencias que la planta impone para incorporar los nutrientes por las distintas vías existentes.

Los resultados obtenidos de los distintos ensayos realizados durante la campaña 2018-2019 en cultivos de Frambuesa, arándano y fresa, en las distintas localidades de Huelva, vienen a confirmar que aplicando productos y programas HEFONA con tecnología **LiberPro®** conseguimos:



Mayor producción
Más vida post-cosecha
Más rentabilidad para el agricultor
Más calidad



Productos formulados con tecnología **LiberPro®** están certificados para uso en agricultura ecológica y convencional:



sanical



rhyzostim



C-15 hort

CON CAJA RURAL DEL SUR SU NEGOCIO NO TIENE FRONTERAS



- Confíe en nuestros expertos en negocio internacional
- Siempre estamos cuando se nos necesita
- Respuesta inmediata
- La mejor protección ante riesgos

SOMOS SU MEJOR COMPAÑERO DE VIAJE

INFORMATE EN:



Ruralvía



Nuestras oficinas

No dude en apoyarse en nuestros expertos. Ellos le ayudarán a lograr el buen fin de sus transacciones, resolverán sus dudas y le aportarán la seguridad que necesita.

Aumentan un 15% las exportaciones de berries con un valor que también sube un 6% en la pasada campaña. Los frutos rojos salvan un año difícil gracias al aumento de las ventas y a precios adaptados a la calidad de la fruta en algunas fases importantes del ejercicio concluido.

El sector de los frutos rojos cerró la campaña 2018/2019 con un total de 348.844 toneladas de berries exportados, lo que supuso un crecimiento del 15% respecto a las 303.305 toneladas vendidas al exterior en el mismo periodo de tiempo del año anterior. La valoración de estas exportaciones se situaron en los 1.098 millones de euros, con un incremento del 6% respecto al mismo periodo de la campaña 2017-2018.

Estos datos ponen de manifiesto que el sector de los berries tiene fortaleza y ha logrado salvar una campaña difícil y marcada por una climatología inestable que retrasó el inicio de la campaña y fue muy favorable en toda Europa en los me-



Los berries son muy demandados en los mercados europeos.

ESPECIALISTAS
EN ENVASADO
DE ARÁNDANOS

INFO@AZCAVAL.COM | +34 954 211 475 | AZCAVAL.COM | P.I. ALGALÁ X, C.I. ALGALÁ X CUATRO, NAVE 8 | ALGALÁ DE GUADAIRA, SEVILLA - ESPAÑA



Azcaval

INGENIERIA DEL ENVASADO



E-80



E-4000

MEJOR CALIDAD DE
FRUTA FINAL CON
MÁXIMA DUREZA Y BLOOM

Nuestro experimentado equipo de ingeniería realiza cualquier tipo de proyecto a medida y listo para su uso.

Nuestras máquinas son muy versátiles y además se adaptan a multitud de formatos.



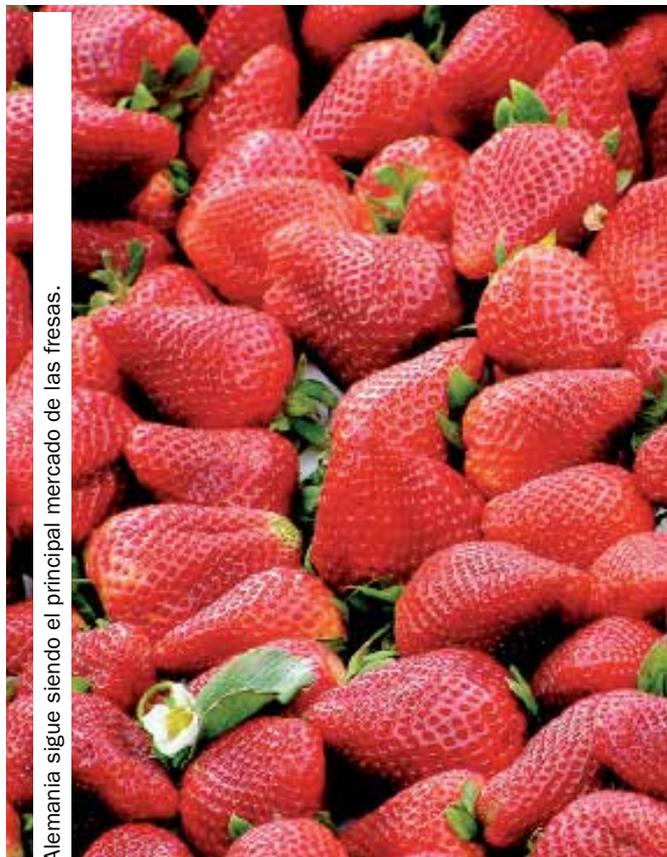
ses centrales, con una gran saturación de producto en los mercados y bajada de precios como consecuencia.

No obstante, se puede decir que el comportamiento de las exportaciones de los berries fue sido positivo, a diferencia del de la campaña anterior, puesto que se registró un aumento tanto en la cantidad de toneladas exportadas como en el valor de las mismas en todas las variedades de frutos rojos plantadas en la provincia.

En concreto, aumentaron un 8% las exportaciones de fresas, ya que en la presente campaña se vendieron 233.711 toneladas, por las 216.357 comercializadas en el mismo periodo del año anterior. También se incrementó casi un 3% el valor de las ventas, que superó los 475 millones de euros en la pasada campaña.

Las ventas de frambuesas, por su parte, experimentaron un importante aumento en la recién acabada campaña, de hasta un 35,2% con hasta 52.000 toneladas exportadas y valoradas en un total del 323,8 millones de euros, con un incremento del 9,59%.

Los arándanos también experimentaron un importante incremento en las toneladas exportadas, con un total de 59.386, lo que se tradujo en un incremento de más del 28% respecto a las 46.324 toneladas de arándanos vendidas al exterior en la campaña 2017-2018. La venta de arándanos del ejercicio recién finalizado se valoró en 275 millones de euros, lo que se tradujo en un incremento de casi el 6%.



Alemania sigue siendo el principal mercado de las fresas.



AGRACOR, S.L.

Autovia H-30, Km. 2 - 21500 Gibralfón

Tfno: 959 30 08 36

ventas@agracor.es ; recambios@agracor.es

Por último, se exportaron 3.656 toneladas de moras valoradas en 24 millones de euros, lo que supuso incrementos del 74% y del 35% respectivamente.

El mes de abril volvió a ser el más fructífero en las exportaciones de fresas, ya que allí se concentró el 33% de las ventas de la campaña, con un total de 78.000 toneladas vendidas, lo que también supuso un incremento del 3,7% de las exportaciones registradas en el mismo periodo de la campaña anterior. Especial incremento en las ventas se experimentó en el mes de marzo, en el se concentró el 27% de las exportaciones de la campaña, un total de 65.334 toneladas, lo que supuso un incremento del 36% respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

Aunque el valor de estas exportaciones no creció al mismo nivel que las ventas, es importante destacar que el balance es positivo, con un valor de casi 140 millones en las exportaciones de abril y casi

137 millones en las de marzo, lo que supuso incrementos del 2,76% y del 16,2%, respectivamente.

Los tres destinos principales de la fresa de Huelva siguieron siendo países como Alemania, Francia y Reino Unido, que concentran, respectivamente, el 34%, el 15% y el 13,2% de las exportaciones totales, destacando también el continuo aumento de las compras en Italia, que suponen ya el destino del 10% de las exportaciones de las fresas.

El mes de mayo volvió a ser el más fructífero en las exportaciones de arándanos, ya que allí se concentró el 45% de las ventas de la campaña, con un total de 26.748 toneladas vendidas, lo que también supuso un incremento del 36,5% de las exportaciones registradas en el mismo mes de la campaña pasada. Especial incremento en las ventas se experimentó en el mes de abril, en el se concentró el 27% de las exportaciones de la campaña, un total de 16.230 toneladas, lo que supuso un

incremento del 48% respecto al mismo mes de la campaña anterior.

Aunque el valor de estas exportaciones no creció al mismo nivel que las ventas, es importante destacar que el balance es positivo, con un valor de casi 104 millones en las exportaciones de mayo y 81 millones en las de abril, lo que supuso incrementos del 7,13% y del 17,2%, respectivamente.

En el caso del destino de la producción de arándanos, Alemania se confirma como el máximo consumidor de esta fruta, acaparando casi el 40% de las exportaciones y superando al Reino Unido, principal mercado por excelencia de este berry, pero que en la campaña 2017-2018 solo compró el 17,7% del arándano comercializado, por lo que fue superado por los Países Bajos, cuyo interés por el arándano de Huelva ha seguido creciendo hasta convertirse en el segundo país importador de la fruta producida en Huelva, con un 18% del arándano que se exportó.

SANSAN BERRIES

Líderes en macetas para cultivo en sustrato
- ESPECIALISTAS EN FRUTOS ROJOS -

www.sansan.es

SANSAN PRODESING SL
Polígono Los vientos - C/Virazón 1, CD 1506 | 46119 Nàquera - Valencia (SPAIN)
Tel: +34 96 390 05 51 - Fax: +34 96 390 04 81

WE CARE

SANSAN

La mayor comercialización de las frambuesas, por su parte, se adelantó este año al mes de marzo, en que se concentró el 30% de las ventas; mientras que en abril, el mes que tradicionalmente es el de mayor comercialización, se registró sólo el 15% de las ventas de esta campaña, superado también por las ventas de mayo, en el que se produjo el 20,5% de las exportaciones de frambuesas de la campaña recién finalizada.

Por tanto, las 15.630 toneladas de frambuesas vendidas en el mes de marzo por valor de 68 millones de euros representaron un incremento superior al 153% respecto a las toneladas comercializadas en el mismo mes del año anterior y un 28% respecto al valor que tuvieron las mismas en marzo de 2017.

En el mes de mayo de la presente campaña, por su parte, se vendieron 10.700 toneladas de frambuesas por un valor de 65,6 millones de euros, lo que también supuso un incremento del 41,5% y del 14%, respectivamente, respecto a los mismos datos registrados en mayo de 2018.

Por último, en el mes de abril se vendieron 7.904 toneladas de frambuesas, por las 8.640 comercializadas en el mismo mes de la campaña anterior, es decir, se registró un descenso del 9,3% en la cantidad vendida, si bien en esta campaña se rentabilizaron más, obteniendo por la venta 60 millones de euros, un 2,25% más en el mismo mes de abril de 2018.

Alemania pasó a liderar la compra de frambuesas onubenses, concentrando el 38% de las toneladas exportadas, ganando en importancia a Reino Unido, que en esta campaña exportó el 25% de las frambuesas vendidas. Francia con un 11% y Países Bajos con un 10% completan los principales destino de este berry.

La comercialización de la mora, por su parte, se concentró principalmente en el mes de mayo, en que se vendió el 61% del total de la mora exportada esta última campaña, un total de 2.250 toneladas -un 255% más que en el mismo mes del año anterior-, que tuvieron un valor



Las ventas de arándanos continúan creciendo.



La temporada de la frambuesa ha sido muy regular.

en el mercado de 14 millones de euros, un 115% superior al de mayo de 2018. En cambio, en el mes de junio se registró un descenso en las ventas de moras del 42%, con un total de 459 toneladas vendidas, por las

652 comercializadas en el mismo mes del año anterior. Este descenso se vio reflejado también en una bajada del 24% en el valor de las ventas, ya que su valor fue de apenas cuatro millones de euros.

En el caso de las moras, Alemania perdió el papel de principal país importador que tiene en el resto de berries, ya que en este caso son los Países Bajos los que reciben el mayor porcentaje de moras vendidas, con un 42,5%, por el 23,5% de moras compradas por Alemania. El Reino Unido pasa a un tercer lugar con el 11,6% de las moras onubenses importadas en esta campaña.

Inicio de la campaña

El sector de los berries de la provincia de Huelva ya se encuentra inmerso en la campaña agrícola 2019-2020. Durante el verano se han llevado a cabo las diferentes faenas agrícolas con la retirada de plásticos, movimiento de tierras y su posterior acondicionamiento con el aporte de materia orgánica y riego hasta hacer los primeros lomos o liños en muchas de las plantaciones freseras. Actualmente, son muchas las empresas que comienzan con la plantación ♦



Las moras se van haciendo hueco en nuevos mercados.



we protect your food

BERRIPACK®



CLAMIPACK®



MAXIPACK



NUEVO



DISTRIPACK®



NUEVO

AGRIPACK®



MAXIPACK






TEL 93 729 20 10 - FAX 93 729 35 29 - infoveripack@veripack.es

FRUIT ATTRACTION
22-24 oct. 2019
STAND
9A48

Los berries onubenses, presentes en una edición más de Andalucía Sabor. Plus Berries y Fresón de Palos expusieron sus productos en el importante Salón de la Alimentación que reúne a lo mejor del sector alimentario.



El gerente de Freshuelva en el stand de Plus Berries.

Los berries onubenses han estado presentes un año más en la feria Andalucía Sabor, la cita oficial más importante del sector agroalimentario andaluz, a la que han acudido las empresas asociadas de Freshuelva Plus Berries y Fresón de Palos.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha acompañado al presidente de la Diputación onubense, Ignacio Caraballo, que visitó los *stands* de las empresas onubenses que mostraron sus mejores productos agroalimentarios, con la ayuda de la institución provincial.

El presidente de la Diputación confió en que los contactos comerciales nacionales e internacionales que se realizan en la Feria hayan sido un éxito “para consolidar el crecimiento que están teniendo los productos onubenses y para que nuestras empresas sigan creciendo”. Según indicó, “los empresarios están muy satisfechos porque valoran que estamos haciendo un esfuerzo y saben que, aunque no es nuestra competencia, estamos apoyando a

todos los sectores productivos, como el agroalimentario”. En este sentido, afirmó que “la Diputación, a través de oficina Huelva Empresa, seguirá trabajando en la promoción de todos los sectores, todos los servicios y todos los productos de la provincia para que la gente los conozcan, los consuma y contribuir a la generación de riqueza y empleo”.

El presidente de la Diputación agradeció la colaboración en la feria de Naturcode, con la que también colabora Freshuelva, “que con sus etiquetas digitales está haciendo un gran trabajo de modernización para dar a conocer nuestros productos”, y de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Huelva, “con la que hemos dado a degustar más de 3.000 platos en estos tres días, con la experiencia de que son platos de mucho éxito porque son productos muy valorados en toda Andalucía e internacionalmente”.

Durante la celebración de Andalucía Sabor se llevaron a cabo dos grandes misiones comerciales

que concertaron reuniones con las empresas expositoras presentes en la muestra. Por una parte, misiones comerciales nacionales que posibilitaron contactos comerciales con las grandes cadenas de distribución de nuestro país y del canal HORECA (sector andaluz de la Hostelería, Restauración y Catering); y por otra parte, misiones comerciales internacionales con el objetivo de traer a distribuidores de distintos países, mediante una acción coordinada con Extenda.

La Diputación cuenta con dos socios principales: Naturcode, dando a conocer su “etiquetado digital” que ofrece a cada uno de los empresarios y sus productos, y la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Huelva, quienes participaron en los showcookings en vivo.

El *stand* de la Diputación de Huelva ofreció showcookings con la presencia de dos cocineros cada día y con dos degustaciones diarias de los productos que se mostraron en cada uno de los *stands* ♦

ENVASE DE MADERA
Un producto más natural



DELEGACIÓN HUELVA
(PALOS DE LA FRONTERA)
TEL.: 610 529 511



- Fabricamos envases de madera para fruta y verdura adaptándonos a las necesidades y producto de cada época del año.
- Siempre con stock y logística propia para responder con agilidad a las exigencias de cada cliente, tal y como llevamos haciendo desde que se fundó la empresa en los años 60.
- Trabajamos con pino, chopo, contrachapado y MDF. Todos nuestros envases tienen multitud de opciones de acabado y personalización.
- Por algo nuestros clientes confían en nosotros año tras año y temporada tras temporada.



Freshuelva traslada a Cs la preocupación del sector por las consecuencias del Brexit. El portavoz provincial y vicepresidente del Parlamento traslada las acciones que está llevando a cabo el Gobierno andaluz.



Rafael Domínguez y Julio Díaz durante el transcurso de la reunión.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha trasladado al portavoz provincial de Ciudadanos (Cs) de Huelva y vicepresidente del Parlamento de Andalucía, Julio Díaz, la preocupación del sector de los berries onubenses por las consecuencias del Brexit en un encuentro que se enmarca en una ronda de reuniones que Cs ha iniciado con los sectores que pueden verse más afectados por el Brexit.

En el encuentro con Freshuelva, al que también acudieron representantes de Asaja y la Asociación Onubense del Transporte por Carretera (AOT), Díaz explicó que el Gobierno andaluz “ha hecho su trabajo y ha aprobado 112 medidas” para afrontar el Brexit, si bien puntualizó que “estas 112 medidas se pueden ver modificadas o acrecentadas como fruto de las reuniones con todos los sectores de Andalucía”, que también está llevando a cabo el consejero de

Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad, Rogelio Velasco.

Tras ser partícipe de la “gran incertidumbre” que padece el sector agroalimentario por la situación, puesto que no se conoce cómo ni cuándo se producirá la salida del Reino Unido de la Unión Europea, el vicepresidente del Parlamento aseguró que “Andalucía sí se está preparando para el Brexit duro, aunque prefiere una salida ordenada ante el complejo momento por el que pasa Reino Unido, con un gobierno que incluso quiso disolver el Parlamento británico”.

No obstante, Díaz aclaró que “habrá una reunión del Gobierno andaluz con el Ministerio para ver cómo se ajustan los planes de contingencia y con las demandas de los todos los sectores”.

Ante este panorama, el portavoz naranja recogió las demandas de los productores y transportistas

onubenses, que “necesitan abrirse a nuevos mercados, necesitan certidumbre en el transporte de mercancías y necesitan certidumbre en cuanto a las posibles barreras arancelarias en caso del Brexit duro”, puesto que entre el 35 y el 40% de la producción de berries se exporta a Reino Unido, sobre todo, las fram-buesas, según apuntó el consejero delegado del Grupo TransOnuba, Esteban Sánchez.

Precisamente el Grupo Trans Onuba ha diseñado un plan de contingencia ante un posible escenario de un Brexit sin acuerdo, que tiene como objetivo facilitar a sus clientes, incluso en el escenario más desfavorable, alternativas y herramientas que simplifiquen su adaptación a un nuevo escenario y pueda mantenerse el tiempo de tránsito de sus mercancías hasta el mercado inglés (un 25% de la facturación de GTO corresponde a exportaciones a Reino Unido) ♦

El Plan de la Junta frente al Brexit contribuirá a minimizar los efectos en las empresas exportadoras de Huelva. Velasco lanza un mensaje de tranquilidad y confianza ante la salida de Reino Unido de la UE.

El Gobierno andaluz ha trasladado que el recién aprobado Programa Andaluz de Medidas de Preparación y Contingencia frente al Brexit, que incluye 112 medidas de preparación y contingencia, contribuirá a suavizar los efectos en las empresas exportadoras de Huelva, que ha sido la primera provincia con mayor peso en la relación comercial con el mercado británico durante el primer semestre de este año. Así lo trasladó el consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Rogelio Velasco, en un encuentro sobre los efectos de la salida de Reino Unido de la Unión Europea con empresarios de la provincia, en el que estuvo Freshuelva y en el que también participaron la presidenta de la Autoridad Portuaria de Huelva, Pilar Miranda, y el presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Antonio Ponce.

En el primer semestre de este año, la provincia onubense concentró el 26% del volumen de ventas de Andalucía a Reino Unido, seguida de Almería (25%), Cádiz (21%) y Sevilla (14%). El 14% restante se lo repartieron las demás provincias. Según los últimos datos de Extenda referidos al año 2018, la comercialización exterior de la provincia de Huelva a Reino Unido sumó más de 345 millones de euros exportados, un 1% más que el año anterior. Las ventas de frutas y frutos sin conservar representaron el 87% sobre el global de las exportaciones onubenses a Reino Unido y supuso más de 300 millones, seguido de productos del sector de la madera y sus manufacturas, que representó un 7% sobre el total, lo que se tradujo en casi 25 millones de euros. En tercer lugar se situaron las ventas de otros productos químicos, que representaron el 3%. A esto se suma que Huelva aumentó, de enero a julio de este ejercicio, un 7% el número de empresas exportadoras regulares -las



El consejero de Economía al inicio de las jornadas.

que acumulan más de cuatro años consecutivos de ventas-, con 378 compañías, de las que 66 exportan a Reino Unido.

Ante esa representatividad de Huelva en el mapa exportador andaluz, el titular de Economía puso de manifiesto que la Junta es consciente de la preocupación que demuestra el empresariado onubense, teniendo en cuenta que “el británico es un mercado estratégico y fundamental para la economía provincial, con sectores con gran experiencia exterior, fundamentalmente el agroalimentario, aunque también los segmentos de los productos químicos y la madera”.

No obstante, reconoció que el impacto negativo del Brexit ya se padece en España y Europa desde hace más de un año, debido a la depreciación de la libra esterlina respecto al euro. A su juicio, “este proceso invisible” tiene una especial incidencia en la actividad exportadora, ya que obliga al tejido empresarial con vocación internacional, como es el caso de Huelva, a “reducir o incluso a eliminar sus márgenes para no perder el mercado internacional

que tanto esfuerzos e inversión ha costado abrir”, puntualizó Velasco.

En su intervención, el consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad trasladó al tejido empresarial convocado que “desde el Gobierno andaluz se sigue trabajando sin demora para poder garantizar la mejor transición posible hacia la nueva realidad”, por lo que quiso lanzar un mensaje de “tranquilidad y confianza”, a pesar de que “el escenario, a falta de 29 días para que se haga efectiva la salida, es de incertidumbre, puesto que todas las opciones están abiertas”.

Velasco subrayó que “este plan es un documento abierto, que queremos enriquecer con propuestas de todos los agentes socioeconómicos”, de ahí que remarcase la importancia de este tipo de encuentros en los que “es posible ahondar en las medidas e intercambiar puntos de vista”.

Entre las medidas planteadas en el encuentro, el consejero de Economía desglosó las de mayor calado económico y las que tienen mayor incidencia en el tejido empresarial onubense ♦

CEA pide un Pacto por el Agua en Andalucía con el máximo consenso social y político. Las FOE acoge una jornada sobre la agroindustria andaluza con motivo del 40 aniversario de la Confederación.



Javier González de Lara durante la inauguración de la jornada.

La Confederación Empresarial de Andalucía (CEA), dentro de los actos organizados con motivo de su 40º aniversario, ha celebrado en Huelva, con la colaboración de la Federación Onubense de Empresario (FOE) y en la sede de esta organización empresarial, una jornada en la que se han analizado los retos de la agroindustria andaluza ante los compromisos de la Agenda 2030.

La inauguración de la jornada contó con la participación del presidente de la CEA, Javier González de Lara; el presidente de Caja Rural del Sur y de FOE, José Luis García-Palacios; y la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, Carmen Crespo.

En su intervención, González de Lara destacó que los retos estratégicos que la agroindustria andaluza ha de abordar son en la actualidad los

de la oferta del agua, la digitalización, la innovación y su internacionalización, a lo que habría que añadir también la Sostenibilidad y el Cambio Climático, “que están en las agendas internacionales y nacionales y que forman parte del futuro inmediato”.

El presidente de CEA manifestó que “es de urgente necesidad contar con un Pacto por el Agua en Andalucía realizado con el máximo consenso social y político desde una visión amplia y plural”. Y añadió que este Pacto por el Agua tiene que facilitar “la modernización de su gestión y la ampliación de su oferta de forma sostenible, anticipando situaciones de posible desabastecimiento en los sectores productivos, así como invirtiendo en la mejora de su calidad”.

Por su parte José Luis García-Palacios manifestó que, dentro de las múltiples actividades empresariales de Andalucía, “es necesario desta-

car la gran importancia económica, social y medioambiental que tiene la industria agroalimentaria” y a este respecto recordó que la región andaluza, “con un 18% de la población de nuestro país, alcanza un 33% de la producción agraria nacional, en la que la provincia de Huelva representa un papel notable”.

En su intervención, José Luis García-Palacios se dirigió a la Administración Pública, de la que espera “una respuesta leal y a la altura del sector, propiciando la creación de un auténtico ‘cuerpo de diplomacia comercial’, en torno a un ente de captación de empresas, al estilo de otras administraciones como la estadounidense, la alemana o la francesa, que sea capaz de vender las bondades de cada provincia andaluza a cualquier inversor en beneficio de la industria de transformación de la que adolece, por ejemplo, Huelva” ♦

Máxima
rentabilidad y
productividad
para su cultivo

AGQ
Labs

- ✓ Aplicación más homogénea del fertilizante.
- ✓ Aumento del rendimiento medio de la finca.
- ✓ Identificación de zonas deficitarias, normales o de exceso en cada nutriente.
- ✓ Ajuste de enmiendas a las características de la finca.

Servicios agronómicos

- Seguimiento y control nutricional de cultivos
- Análisis (suelos, foliares, fertilizantes, raíces, aguas, etc.)
- Auditorías hídricas y nutricionales
- Agricultura de precisión (mapas nutricionales GIS y NDVI)
- Valorización de efluentes



www.agqlabs.es atencioncliente.es@agqlabs.com +34 955 738 908

Freshuelva propone a India y Canadá como nuevos mercados para los berries. Los protocolos fitosanitarios siguen siendo el principal escollo para abrir procesos de comercialización con países terceros.

El Grupo de Trabajo de Internacionalización de Frutas y Hortalizas, constituido por responsables de los ministerios de Industria, Comercio y Turismo y de Agricultura, Pesca y Alimentación y de organizaciones sectoriales representativas del sector exportador hortofrutícola, entre ellas Fepex, sigue trabajando para abrir nuevos mercados y en estos momentos se focaliza en los de 17 países para determinadas frutas y hortalizas, entre los que se encuentran Argentina, Brasil, Méjico, Perú, Chile, Estados Unidos, India, Japón, China, Tailandia, Vietnam y Sudáfrica. Hay más de 35 expedientes abiertos que abarcan a productos entre los que está la fresa. Precisamente Freshuelva ha señalado a India y a Canadá como mercados prioritarios para los berries.

El proceso de apertura del mercado de un país tercero requiere que el sector defina binomios de producto-país con interés comercial prioritario y lo traslade a las administraciones competentes en el marco del Grupo de Frutas y Hortalizas, para que inicien la tramitación formal con el país tercero. En este sentido, por cada país hay varios expedientes abiertos. En el caso de Canadá, se está trabajando en fresas, tomate y cerezas. En el caso de China, al igual que ocurre en otros países asiáticos como Japón, Tailandia o Vietnam, existe un gran interés por parte del sector español, sin embargo, sus administraciones no han admitido hasta ahora la tramitación de varios protocolos simultáneamente. El del arándano, precisamente,

se encuentra a la espera. En 2018 la exportación a los países que exigen protocolos fitosanitarios en el continente americano ascendió a 204.763 toneladas en comparación con 2013 (+47%), y a Asia 170.051 toneladas.

En el caso de África, la exportación ascendió a 130.034 toneladas. A pesar del crecimiento observado, el volumen de exportación a este grupo de países no llega a representar el 3% del volumen de exportación de frutas y hortalizas frescas, siendo los protocolos fitosanitarios la principal barrera de acceso a estos mercados, por lo que Fepex plantea que la UE exija en su política comercial la tramitación de múltiples protocolos de manera simultánea, incluyendo plazos y costes de negociación de los protocolos fitosanitarios ♦



COMPLEMENTOS QUE MEJORAN LA RECOLECCIÓN DE FRAMBUESAS Y ARÁNDANOS

- SIN LESIONES
- MAYOR RENDIMIENTO DE LA RECOLECCIÓN
- FABRICADOS CON MATERIALES AGROALIMENTARIOS
- NOS ADAPTAMOS A CUALQUIER EXIGENCIA DE FABRICACIÓN
- REFRIGERACIÓN, VENTILACIÓN Y LIMPIEZA
- APILABLE PARA SU TRANSPORTE
- ENGANCHE ERGONÓMICO
- AUMENTO DE LA PRODUCCIÓN EN UN 30%.

COMPLEMENTOS QUE MEJORAN LA RECOLECCIÓN DE AGUACATES, MANGOS, CAQUIS Y CHIRIMOYAS

- INTERIOR RÍGIDO PARA QUE EL FRUTO NO ROCE AL CAER DENTRO
- FÁCIL VACIADO POR LA PARTE INFERIOR
- SIN LESIONES DEL FRUTO AL VACIARSE
- HOMBRERA ERGONÓMICA PARA REPARTIR EL PESO
- EVITA LESIONES LUMBARES Y SOBRECARGA DEL TRAPEZOID



John Deere 5075 E versión 2019 75CV DT
en versión fresero y estándar

Dos tractores en uno

Con inversor hidráulico,
el más versátil y con menor
índice de averías del mercado



John Deere

**¡John Deere,
lo más fiable!**



Precio especial
29.800 €
IVA

Financiación especial por John Deere Financiam en 6 años
al 1,89 % primer pago junio de 2020.
Oferta válida hasta 31.10.2019 para unidades en stock.

955 416 903 AGRIFUSA HUELVA
955 416 971 Parque Huelvo Empresarial
955 416 990 Avda. del Jamón Nave 10-2
21007 Huelvo
955 352 077
www.agrifusa.com



John Deere 6115 MC

El tractor más vendido en España en 2017 y 2018.
Financiación especial 5 años al 0% 30.000€
o 4 años al 0% 40.000€. Contratación desde 5 años.

**PULVERIZADORES JOHN DEERE
PARA CULTIVOS ESPECIALES**



**Fabricado para conseguir
mejores cultivos**

Mayor aprovechamiento, mayor penetración
y más profundidad, menor consumo de
combustible, y menor sonoridad.
Innovadores paquetes inteligentes con
ajuste automático del ventilador.

Una eficiencia jamás vista.

WWW.AGRIFUSA.COM

AGRIFUSA
AGRICULTORES

Maquinaria
AGRICULTORES

Financiación
AGRICULTORES

Repuestos
AGRICULTORES

El consumo de fresa en España crece un 27,9% en el primer trimestre de 2019. Es la fruta cuya ingesta registra un mayor incremento, según los datos del Ministerio de Agricultura.

El consumo de frutas y hortalizas en los hogares creció un 2,1% en volumen y un 6,6% en valor en el primer trimestre de este año, según los últimos datos publicados por el Ministerio de Agricultura, MAPA. El producto que ha experimentado un mayor aumento, entre las frutas, en su consumo es la fresa con un 27,9%.

El consumo de hortalizas creció un 2,6% en volumen, ascendiendo a 648.000 toneladas (+2.6%) y 1.222 millones de euros (+7.5%). El de frutas creció un 2,7% en volumen, ascendiendo a 962.000 toneladas y 1.496 millones de euros (+4.3%). En frutas destacó el crecimiento de la fresa con 62.000 toneladas (27.9%) y de la manzana con 128.000 toneladas (5.2%), mientras retrocedió el consumo de naranjas (-2.9%) y de peras (-3.9%). En hortalizas el consu-

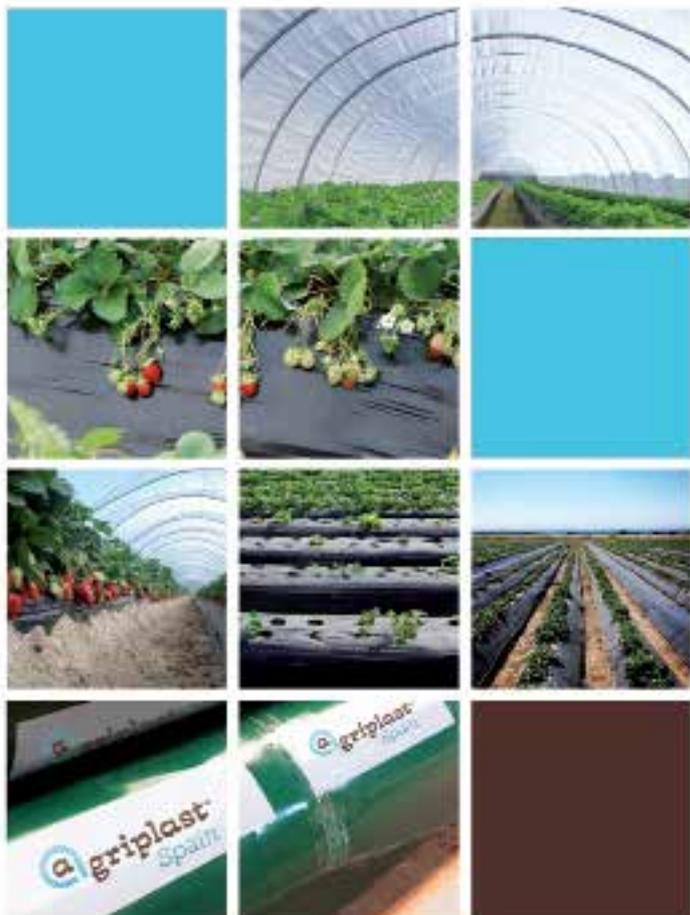


El consumo de fresas sigue subiendo.

mo fue positivo en la generalidad de los productos, destacando el fuerte crecimiento de las coles, con 41.000 toneladas (+110%), que es imputable principalmente al brócoli.

Para la Federación Española de Asociaciones de Productores

Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas, Fepex, el buen comportamiento del consumo refleja la respuesta positiva a la importancia de la dieta, tanto desde el punto de vista de la salud, como de la sostenibilidad medioambiental ♦



agriplast[®]
Spain

El plástico cuya calidad supera a su garantía.

Acolchados para fresa, arándanos, frambuesa, etc.
Film especiales para desinfección de suelos.
Cubiertas de invernadero especiales para cada cultivo.

Distribuidor oficial:

SP soluciones agrícolas S.L.

Pol. Ind. El Algarrobo, C/ B parcela 1, 21800 Moguer, Huelva
T: 959 372 783 / tecnico@spsoluciones.es / www.spsoluciones.es

BIOPLANET

insetti utili

TODOS SIN RESIDUOS



ESPECIALISTAS EN CONTROL BIOLÓGICO

Casi la mitad de las empresas exportadoras onubenses son de frutos rojos.

Un total de 147 de las 378 compañías que externalizan sus productos en la provincia se dedican a la comercialización de berries.

Andalucía ha alcanzado las 5.409 empresas exportadoras regulares en los siete primeros meses de 2019, una cifra que supera a la registrada en todo 2018 en 114 empresas y que supone un incremento del 9% respecto al mismo periodo del año anterior, lo que la convierte en la comunidad que más crece en España, según datos de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior.

En este contexto, aunque Huelva encabece el ránking andaluz de exportaciones, resulta ser la provincia que menos empresas exportadoras tiene, un total de 378, de las que 147 se dedican a la comercialización de frutos rojos. Estas cifras suponen un aumento del 1,1% respecto al mismo periodo de 2018. La expli-

cación está en que la minería, los hidrocarburos y las frutas, hortalizas y frutos rojos tienen pocas empresas pero con potencia exportadora.

Según los datos facilitados por Extenda, las empresas exportadoras regulares son aquellas que acumulan más de cuatro años consecutivos de ventas en los mercados internacionales y, en el periodo enero-julio de 2019, sumaron el 95% de las exportaciones andaluzas, esto es, 18.509 millones de euros, un 2% más que el año anterior.

Se trata de un crecimiento que “refuerza su apuesta por la estrategia internacional de su negocio y evidencia su consolidada posición en el exterior”, según Extenda.

Asimismo, la cifra total de empresas andaluzas que exportaron sus productos o servicios en los primeros

siete meses de 2019 fue de 18.088, lo que supone un incremento del 5,6% respecto al mismo periodo del año anterior, casi un millar más (961 empresas).

Con estos datos, Andalucía se coloca como la tercera comunidad en el contexto nacional por número de exportadoras con el 11,8% el total, sólo por detrás de Madrid y Cataluña, que registraron subidas inferiores en este periodo (+0,4% y +0,3%, respectivamente).

Más de la mitad de las empresas exportadoras regulares vende a Europa, en concreto, 3.198 firmas, el 59% del total, cifra que supone un incremento del 3,7% respecto al mismo periodo del año anterior. Estas empresas suman una exportación conjunta del 70% del total, con una subida del 1,2% ♦



Symborg
NATURAL GROWTH

Líderes en Biotecnología e Innovación agrícola

seguro de fresón y otros frutos rojos

Se garantiza la producción,
la plantación y las instalaciones
por riesgos como viento
huracanado, inundación...
(Consulte con su mediador)



agroseguro

Más que un seguro

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO DIRÍJASE A: MADRE ESPAÑA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • CAJA DE SEGUROS
REUNIDOS (CASER) • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑIA DE SEGUROS • PLUS ULTRA SEGUROS • HEBETIA CIA. SOMA S.A. DE SEGUROS
• MUTUALIDAD AROCCERA DE SEGUROS • CASER MEDITERRANEO SEGUROS GENERALES • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • GENERAL DE ESPAÑA, S.A.
SEGUROS • FIATE, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • BIVASEGUROS, S.A. DE SEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE
• REALI SEGUROS GENERALES • MÓS SEGUROS Y REASEGUROS S.A. • SANTALUCÍA S.A. CIA. DE SEGUROS • NUSSAR MUTUA DE SEGUROS • AGROMUTUA
MAYOR, SODAD MUTUA DE SEG. • RELAYO, MUTUA DE SEGUROS A PRIMA FIA

Los camiones que recorren Europa con productos agroalimentarios onubenses serán ‘Embajadores de Huelva’. Un total de 80 camiones promocionarán la provincia mientras transportan mercancías.

El presidente de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo, ha presentado una nueva edición de la campaña de promoción turística ‘Embajadores de Huelva’, puesta en marcha por la institución provincial, en colaboración con el Patronato Provincial de Turismo de Huelva, por tercer año consecutivo.

Se trata de una acción promocional que durará un año y que tiene como principal objetivo promocionar la provincia de Huelva por prácticamente todo el territorio europeo a través de un total de 80 camiones –diez más que en la pasada edición– serigrafados en su parte trasera con una imagen turística de Huelva y que pertenecen a 10 empresas colaboradoras que transportan productos onubenses como frutos rojos o pescados, entre otros.



Algunos de los camiones de la campaña.

Según Caraballo, “esta iniciativa promocional exitosa y efectiva también está enmarcada en nuestra campaña ‘Que sea de Huelva’, ya que estos camiones que van a recorrer

Europa vendiendo los atractivos y bondades que atesora esta provincia transportan, a su vez, productos onubenses de máxima calidad como las fresas, el marisco o el pescado” ♦

EN FITOSANITARIOS Y BIOLÓGICOS DE PURA CEPA TENEMOS LA PALABRA

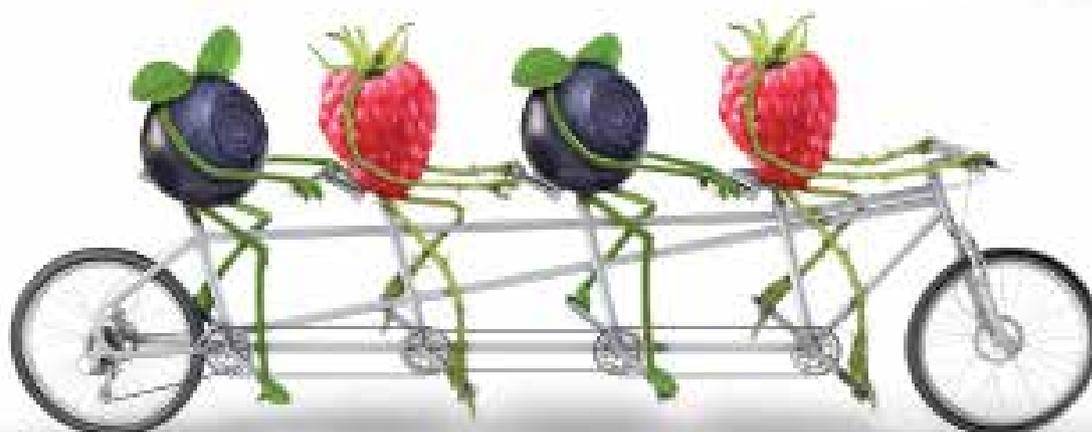
FLINT, Luna SENSATION, FLIPPER, SNNATA, MOVENTO, SIVANTO, SERENADE



Luna
SENSATION

¡Vive la Vida!

Y tus cultivos también



- Controlando el oídio y la botritis
- Alargando su vida útil después de la recolección



Ecuador será el país socio oficial de Fruit Logística 2020. El país andino presentará mundialmente su patrimonio agrícola, posicionándose como productor internacional y versátil de frutas y verduras frescas.

Ecuador ha sido nombrado como el país asociado oficial de Fruit Logística 2020 (del 5 al 7 de febrero en Berlín). En el marco de la principal exposición para el comercio global de frutas, el país andino presentará mundialmente el patrimonio agrícola de Ecuador, posicionándose como productor internacional y versátil de frutas y verduras frescas sostenibles y de primera calidad.

Fruit Logística 2019 acogió a más de 78.000 visitantes de 135 países y a 3.200 expositores de 90 países. Para Ecuador, ser el país asociado de esta feria comercial a escala mundial supone la oportunidad perfecta de presentar su exportación de frutas y verduras y establecer nuevos contactos en canales tanto de venta al por mayor como minoristas, especial-

mente empresas importadoras interesadas en adquirir productos frescos diversos y de alta calidad.

Entre 2014 y 2018, Ecuador exportó más de 3.500 millones de dólares estadounidenses en productos frescos, principalmente a Rusia (18%), Estados Unidos (16%), Italia (7%), Alemania (7%), Turquía (5%) y China (4%).

Los volúmenes de exportación aumentaron en un 15%, de 6,2 millones de toneladas en 2014 a 7 millones de toneladas en 2018. Durante el mismo periodo, las principales exportaciones de Ecuador incluyeron bananas (6 millones de toneladas), plátanos (212 toneladas), baby bananas (139 toneladas), piñas (81 toneladas), brócoli (74 toneladas) y mangos (60 toneladas).

En Fruit Logística 2020, Ecuador alcanzará su objetivo exponiendo su producción diversificada mediante la presentación de productos frescos de exportación potenciales como tomates de árbol, guanábanas, morriño (arándano andino), piñas, uvas, papayas, aguacates y pitahayas, entre otros productos.

Ecuador expuso por primera vez en Fruit Logística en 2002. El año próximo, la participación de Ecuador será organizada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (Mpcpep) y la Corporación Ecuatoriana de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei), en cooperación con las partes interesadas relevantes del sector privado ♦



ALQUILER DE TRACTORES SIN CONDUCTOR

LIDERES EN ALQUILER SIN CONDUCTOR

NUEVA DELEGACIÓN EN SEVILLA
T: 609 914 027



Alquiler de Tractores y Cubas S.L.
Parque Huelva Empresarial. Parcela 12-G. Huelva
T: 625 444 139 / 666 369 895
info@altrac.es • www.altrac.es

MÁS DE 200 TRACTORES A SU SERVICIO
TRACTORES DESDE 60 A 400 CV
GARANTÍA DE AVERÍAS Y MECÁNICA

SERVICIO TALLER
10 CUBAS DE RIEGO
REVISIÓN Y SEGUROS VIGENTES



Agroquímicos de Levante

AGROCELHONE

El desinfectante de suelos más completo

COMPATIBLE CON LUCHA BIOLÓGICA Y PRODUCCIÓN INTEGRADA

Aumente la producción de los cultivos.



AQL Central
Pol. Ind. Castilla, vía 5 s/n
46380 Cheste (Valencia) España
Tel. 962 511 000
Mov. 669 483 305
aqlsahuelva@aql.es

Convocada una nueva edición de los Premios Andalucía de Agricultura y Pesca.

Los galardones tienen como objetivo incentivar el interés por las actividades agrarias y pesqueras y reconocer a los profesionales.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible ha abierto la convocatoria 2018 de los Premios de Andalucía de Agricultura y Pesca. Estos galardones, que concede el Gobierno andaluz, tienen un doble objetivo: por un lado, incentivar la concienciación y el interés de los ciudadanos y entidades, tanto públicas como privadas, por las actividades agrarias y pesqueras; y por otro lado, reconocer a aquellos profesionales y empresas que destacaron por su dedicación en estos ámbitos durante el pasado año.

En esta ocasión se entregarán siete galardones, entre los que se encuentran el Premio de Agricultura y el de Pesca, que reconocerán iniciativas individuales, empresariales, asociativas, de carácter institucional o público que hayan contribuido al

desarrollo socio-económico de Andalucía y hayan favorecido el crecimiento sostenible de los sectores agrícola, ganadero y agroindustrial, en el primer caso, y pesquero y acuícola, en el segundo.

Los aspirantes podrán optar también a otras cinco distinciones que se corresponden con otras tantas categorías. En este caso, los galardones premiarán, entre otras actuaciones, las iniciativas por su calidad, aceptación u otra característica que permita su distinción en el ámbito andaluz (Premio Impulso de la Calidad); las actividades que potencien la innovación tecnológica, la digitalización y la investigación (Premio a la Iniciativa Innovadora); y el fomento del uso racional de los recursos naturales y de la energía, la adopción de medidas de adaptación o mitigación

frente al cambio climático, la promoción del tránsito hacia una economía circular y el desarrollo de la bioeconomía (Premio a la Sostenibilidad).

A estos tres reconocimientos se suman también para 2018 el Premio Comunicación y Mundo Rural, que distinguirá a las personas o entidades que hayan realizado las mejores actuaciones de promoción y publicidad de los productos andaluces, así como de la difusión de los valores, tradiciones y técnicas propias del medio rural; y el Premio Iniciativa de Mujeres, con el que se reconocerá a aquellas ciudadanas de territorios rurales o ligados a la actividad pesquera o a proyectos puestos en marcha por este colectivo y que contribuyan a la diversificación de la actividad económica o que impulsen su emprendimiento ♦

AGRIALGAE®
Bioestimulantes agrícolas
de microalgas

La fórmula ideal para tus cultivos



Visita nuestro stand en

fruit attraction 22-24 Oct. 2019

PAB 9 | STAND 9E14



***El mejor aliado
ecosostenible para potenciar
la producción y calidad
de los berries.***



José Cara González, nuevo presidente del Ifapa. El almeriense impulsará una nueva etapa en esta institución investigadora marcada por un importante incremento en el presupuesto del 7,7%.

El Consejo de Gobierno ha aprobado, a propuesta de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, el nombramiento de José Cara González como presidente del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (Ifapa).

José Cara González (Almería, 1971) es ingeniero agrónomo por la Universidad de Córdoba, diploma de Estudios Avanzados en Ingeniería por la Universidad de Almería y profesor en el Departamento de Ingeniería de la Construcción de la Universidad de Almería.

Su trayectoria profesional se inicia como autónomo realizando trabajos de ingeniería para empresas relacionadas con la actividad agraria, trabajo que compatibilizó con la dirección técnica de Agroejido, SA..



En los últimos años ha desarrollado el cargo de administrador de una empresa propia de producción y comercialización agrícola.

En cuanto a su actividad política, ha sido alcalde del municipio almeriense de La Mojonera (2003-2015) y fue diputado autonómico entre 2008 y 2014, presidiendo durante este periodo la comisión de Agricultura del Parlamento de Andalucía.

José Cara inicia una nueva etapa en el Ifapa con más presupuesto, más investigadores, más proyectos y con una clara perspectiva medioambiental.

Así lo destacó la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, en el Consejo Social del Ifapa, donde resaltó el incremento del 7,7% de su presupuesto, hasta alcanzar los 56,6 millones de euros en 2019, que “van a posibilitar la puesta en marcha de novedades y recuperar un tercio de la capacidad de trabajo” ♦

An advertisement for Ondupack. On the left, there are two cardboard boxes: one closed and one open, showing its interior compartments. The closed box has the text 'todo en caja' printed on its top. On the right, there is the Ondupack logo, which consists of a stylized black 'S' shape inside a square with red and white horizontal stripes. Below the logo, the text reads 'ondupack'. Further down, in orange and black text, it says 'Fábrica de cartón ondulado envases y embalajes'. At the bottom right, the company name 'ONDUPACK, S.A.U.' is written in bold black letters, followed by its address: 'Pl. Ind. Ctra. Arroyo de San Serván, c/ Mecánica, 24 06200 Almendralejo (Badajoz)'. Contact information is provided: 'Telf.: 924 666 329', 'Fax: 924 666 249', and 'E-mail: ondupack@ondupack.com'. The website 'www.ondupack.com' is listed at the bottom in orange.



**Fábrica de cartón ondulado
envases y embalajes**

ONDUPACK, S.A.U.

Pl. Ind. Ctra. Arroyo de San Serván,
c/ Mecánica, 24
06200 Almendralejo (Badajoz)

Telf.: 924 666 329

Fax: 924 666 249

E-mail: ondupack@ondupack.com

www.ondupack.com



Knowledge grows



Yara Premium Club

El programa de puntos de Yara

www.yarapremiumclub.es



Introduce el código
PRENSA19 y llévate

100

PUNTOS GRATIS

Cultiva conocimiento,
cosecha futuro

YaraVita™ STARPHOS

El Fósforo más eficaz en condiciones adversas
YaraVita™ STARPHOS es una solución concentrada formulada para su aplicación vía riego o foliar en cultivos agrícolas. Asegura el suministro de Fósforo a la planta de una forma muy eficiente, sin que se vea afectada su disponibilidad por pH alto, contenido en Carbonato Cálcico o bajas temperaturas.

Encuentra los productos de Yara para una buena nutrición de tu cultivo en:



607074880 - info@afyra.es

Para más información www.yara.es



www.yara.es

Fallece el expresidente de Freshuelva Pedro Marín. García Palacios destaca su pasión por la agricultura y su labor para impulsar el sector en unos momentos claves para dotarlo de la viabilidad que tiene hoy.

El sector agrícola de Huelva está de luto tras el fallecimiento de Pedro Marín García, expresidente de la asociación Freshuelva, que ha transmitido sus condolencias a la familia.

El presidente de la Federación Onubense de Empresarios (FOE), José Luis García Palacios, ha querido recordar que 'Don Pedro', ingeniero agrícola y exsocio fundador de la Federación Onubense de Empresarios (FOE), aún tiene pendiente el reconocimiento por parte de la provincia, en la que ha sido un destacado emprendedor agrícola.

Según expresa en el obituario publicado por 'Huelva Información', "Pedro fue presidente de Freshuelva en unos momentos clave para el sector, que aportó orden al mismo y facilitó la segura viabilidad de los



frutos rojos que tenemos hoy. Su bonhomía, buen hacer y generosidad hicieron que, donde le mencionaras, se dibujara una sonrisa en la cara a los presentes, que le reconocían tantas bondades como persona, como excelencias profesionales". García

Palacios añade que "Pedro eligió la formación técnica requerida y adecuada para su pasión desmedida, la agricultura. Pronto destacó como ingeniero técnico, lo cual hizo que explotaciones agrarias importantes de la provincia tuvieran sus focos puestos en él. Recaló en la Finca Pajarito, que evidenció el cambio durante su dirección". "De entre sus múltiples dedicaciones profesionales -añade- fue capaz de sacar tiempo para colaborar en la planificación de la agricultura de Huelva, participando en la práctica totalidad de entidades organizativas que, en los albores de la democracia, se iban conformando para diseñar nuestro futuro agrario. Fue una persona de relevante responsabilidad y nuestro presente tiene mucho de su impronta" ♦

novasiri[®]
genetics

Investigación e
Innovación
de fresas y frutos rojos

Nova Sin Genetics se dedica a la investigación, experimentación y multiplicación de nuevas variedades de fresa.

Berries Seedlings

novasingenetics.com





Sin límites para tu futuro

PLASTIMER Y MACRESUR,
las marcas de Plástico Agrícola
que te dan más desde siempre.



Más confianza, más experiencia,
más servicio, más garantía.
Todas las soluciones a tu alcance.



La CHG asegura que el Plan Hidrológico 2021-27 recogerá la distribución del trasvase de 20hm³. Liderará la Comunidad de Usuarios de Masas de Aguas Subterráneas y la Junta Central de Usuarios.

La Confederación Hidrográfica del Guadalquivir (CHG) ha trasladado a las comunidades de regantes en el transcurso de una reunión que será ese organismo, dependiente del Estado, el que liderará la Comunidad de Usuarios de Masas de Aguas Subterráneas y la Junta Central de Usuarios del Trasvase, a la que pertenecerá El Fresno Guadalquivir, así como que la distribución del trasvase de 20 hm³ se recogerá en el Plan Hidrológico 2021-2027.

En este encuentro, en el que se trabajó para buscar soluciones a la situación hídrica del Condado, estuvieron presentes las comunidades de regantes del Condado, El Fresno Guadalquivir y comunidad de regantes de Aguas Subterráneas, así como el presidente de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo, y la subdelegada del Gobierno en Huelva, Manuela Parralo.

En el transcurso de la reunión, desde la CHG se informó de que las concesiones de agua siguen su curso, y que el Plan Hidrológico 2021-2027, cuyo borrador está previsto que se publique en los próximos días, marcará la distribución del agua del trasvase de 20 hectómetros cúbicos al Condado. Dicho documento contará con un periodo de Información Pública durante el que se podrán presentar alegaciones. Además, también se destacó que la CHG será quien



Reunión entre los representantes de las administraciones y los del sector.

lidere la Comunidad de Usuarios de Masas de Agua Subterráneas y la Junta Central de Usuarios del Trasvase.

En lo que respecta a las concesiones de agua que se otorguen en el futuro procedentes del trasvase de los 15 hectómetros cúbicos, una vez realizadas las infraestructuras, la CHG garantizó que se tendrá en cuenta en la distribución las zonas más sensibles y necesarias para preservar Doñana.

El presidente de la CHG, Joaquín Páez, recordó que es de “interés general” para todos la defensa

y la trazabilidad del producto de la comarca en los mercados europeos, para lo que se hace imprescindible que la actividad se desarrolle “respetando los límites que en estos momentos están establecidos: la disponibilidad del recurso, el marco normativo para su uso y la sostenibilidad medioambiental en la que debe desarrollarse la actividad agraria”. Para Páez, es fundamental “trabajar juntos y en coordinación para conseguir que las comunidades de regantes estén representadas en ambos procedimientos” ♦

Freshuelva participa en el Consejo de Participación de Doñana. La Comisión de Trabajo de Desarrollo Sostenible analiza el avance del informe de seguimiento del Plan Especial de Ordenación de Regadíos de la Corona Norte.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha participado en una nueva reunión de la Comisión de Trabajo de Desarrollo Sostenible del Consejo de Participación del Espacio Natural de Doñana.

En la reunión de esta Comisión de Trabajo, de la que forman parte representantes de los municipios de la comarca y de diferentes agentes científicos, sociales, económicos y medioambientales que

tienen relación con la zona, entre los que se encuentra Freshuelva, han vuelto a realizar un seguimiento del Plan Especial de Ordenación de Regadíos ubicados al norte de la Corona Forestal de Doñana ♦

Máximo control de trips y orugas

Eficacia natural



Spintor[®]
480SC

INSECTICIDA

- Un día de plazo de seguridad.
- Selectivo para fresa y fresón.
- Alta eficacia.
- Baja toxicidad para aplicadores y Medio Ambiente.



 **CORTEVA**[™]
agriscience

Visítanos en: corteva.es | [@cortevaES](https://twitter.com/cortevaES)

© 2019 Corteva Agriscience. Todos los derechos reservados. Spintor es una marca comercial o de servicio de Dow AgroSciences, DuPont o Pioneer y de sus compañías filiales o de sus respectivos propietarios. © 2019 Corteva Agriscience.

Fresón de Palos utilizará 68 millones de plantas madre en la próxima campaña.

La cooperativa palerma prevé obtener alrededor de 80 millones de kilos de fresa.

La cooperativa líder en producción de fresas de Europa, Fresón de Palos, ubicada en la localidad onubense de Palos de la Frontera, ha comenzado el arranque de las plantas freseras que utilizará durante la próxima campaña. Según los datos aportados por la compañía, la previsión es obtener un total de unos 68 millones de plantas madre que proceden de los viveros situados en la comunidad de Castilla-León.

La calidad de las plantas obtenidas en los viveros con los que la firma palerma cuenta en Ávila y Segovia está siendo alta. Y es que,

según estima la compañía, podrían llegar hasta la cantidad citada de unidades. Estas plantas ya están en proceso de ser arrancadas, limpiadas y transportadas a Palos de la Frontera para su siembra en las soleadas fincas onubenses, cuya superficie fresera ronda las 1.200 hectáreas.

Una labor en la que la cooperativa emplea a más de 1.000 trabajadores y que constituye la antesala de la temporada de producción de fruta 2019-2020, en que llegarán a participar en total más de 5.000 personas y se espera obtener, si todo transcurre de forma adecuada durante la

campaña, alrededor de 80 millones de kilos de fresa para su posterior comercialización en los mercados de España, Europa y Asia.

Las principales variedades que utilizarán los más de 150 socios que cuenta la cooperativa palerma, compañía con gran experiencia desde que se inició el proyecto en el año 1982, son Fortuna (Emcocal), Rábida y Rociera (FNM).

Si la climatología acompaña en las próximas semanas, durante el próximo mes de diciembre podrían recolectarse las primeras fresas de la temporada ♦

La cooperariva palerma pone en valor su canal industrial.

La marca Fresón de Palos permanece en los lineales comerciales durante todo el año con productos como el gazpacho, la mermelada, los helados, el vino o el zumo.

Productos como el gazpacho de Fresón de Palos, elaborado por la empresa Collados Gourmet; la deliciosa mermelada de temporada Fresón de Palos que ha desarrollado Hero; la selección de helados, tartas y sorbetes que la Ibense Bornay empezó a comercializar hace unos años; el sorprendente vino frizzante de Fresón de Palos que hace un par

de años lanzó la conocida bodega onubense Privilegio del Condado; el zumo de Fresón de Palos We Squeeze de venta exclusiva en El Corte Inglés; o las refrescantes limonadas de fresa hechas por Lidl, todos estos productos elaborados con una selección de las mejores fresas de la cooperativa de Palos de la Frontera, son una pequeña muestra de los productos

industriales que llevan el sello de Fresón de Palos y que tienen una gran aceptación en el mercado.

Con estos productos la marca permanece en los lineales durante todo el año más allá de la temporada de fresas, a la vez que aporta a los productos de sus partners diferenciación, calidad y garantía de suministro desde el origen ♦

agrodinariohuelva

www.agrodinariohuelva.es

ad
huelva

facebook.com/agrodinariohuelva
twitter/agrodinario

Primer portal de información agrícola,

ganadera y pesquera de la provincia.



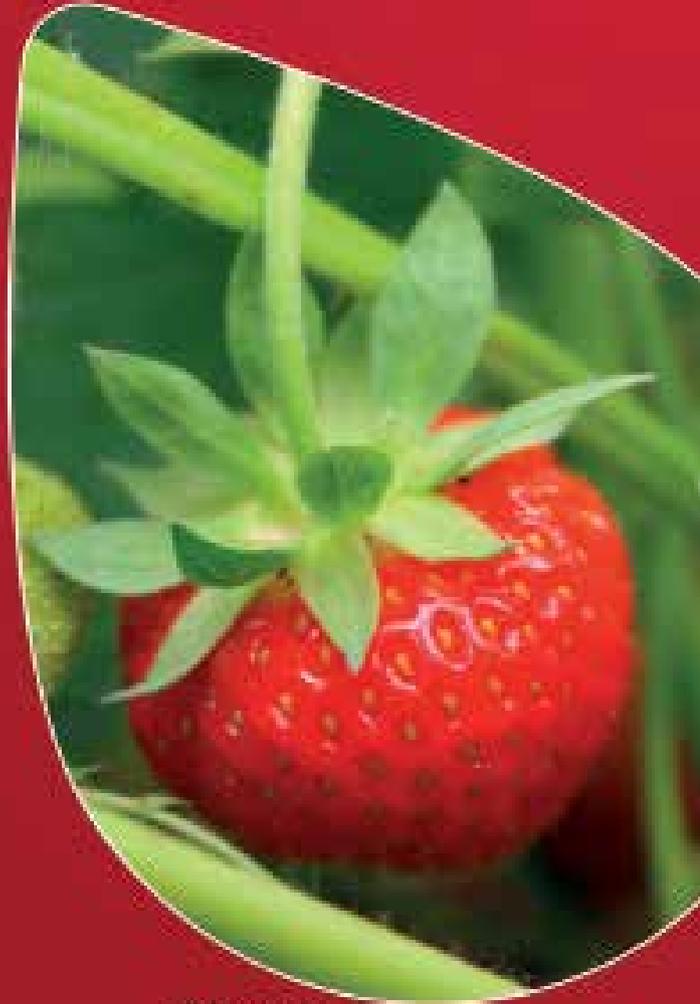


MILBEKNÖCK

Ácaricida



**INCLUIDO EN
PRODUCCIÓN
INTEGRADA
EN FRAMBUESA**



Eficacia
Persistencia
Modo de acción: Contacto e ingestión
Translaminar
Muy eficaz en tarsonémidos



BELCHIM
CROP PROTECTION

La Junta entrega a Cuna de Platero una ayuda de 2,78 millones correspondiente a los Programas Operativos de 2018. La cooperativa ha invertido en la mejora de la producción y la comercialización.

El delegado territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía en Huelva, Álvaro Burgos, ha entregado la resolución sobre la Ayuda Financiera Comunitaria del Fondo Operativo 2018 solicitada por la cooperativa 'Moguer, Cuna de Platero'.

El representante de la Junta de Andalucía entregó al presidente de la organización de productores, José Manuel Márquez, la documentación que acredita la financiación de proyectos ya ejecutados por 2,78 millones de euros.

El delegado territorial de Agricultura destacó que, "para las empresas que mejoran la economía de la provincia y crean y sostienen empleo, son fundamentales estas ayudas y que lleguen con la mayor celeridad posible dentro de la trami-



tación europea". La Dirección General de Ayudas Directas y de Mercados de la Junta dará respuesta al resto de solicitudes con cargo al Fondo Operativo 2018, que en el caso de Huelva superan las 25.

Cuna de Platero ha justificado inversiones en planificación de la producción, mejora de la calidad, mejora de la comercialización, for-

mación y medioambiente. Destacan los gastos realizados para maquinaria, instalaciones y equipos, así como la disposición de riegos en parcelas, el acondicionamiento de áreas para nuevas plantaciones, la creación de invernaderos y la adquisición aperos y equipamientos informáticos. El Fondo Operativo sufraga el 50% de la inversión ♦

Arola
LINKING YOUR WORLD

**Visítanos en la feria
Fruit Attraction**

22-24 OCTUBRE 2019

Av. Partenón 5, Madrid **Hall 10 Stand:10D12**

fruit attraction #Fruitattraction19

Tras una gran marca, están
siempre las personas.

BOUQUET



BOUQUET

Cultivamos futuro



En Anecoop somos productores y comercializamos nuestros productos.

Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa. Este esfuerzo integrado nos permite ofrecer

una completa gama de frutas de producción española, desde las más tradicionales hasta las más exóticas.

El prestigio de una marca se gana por la gente que está tras ella.

Grufesa arranca en sus viveros de Ávila alrededor de 28 millones de plantas para la nueva campaña fresera. Los técnicos recolectan y preparan las mejores plantas de variedades más tempranas.



Técnicos de Grufesa se han desplazado a Ávila.

Grufesa, firma de Moguer (Huelva) productora y comercializadora de berries, se halla en plenas labores de recolección, selección y preparación de las plantas de fresas en sus viveros de Cabezas de Alambre (Ávila), de los que estima que arrancará alrededor de 28 millones, para posteriormente sembrarlas de forma inmediata en los campos de sus socios, después de que estos hayan preparado el terreno en las últimas semanas.

Ésta les a primera fase de la cadena de producción de la fresa, cuyos primeros frutos, una vez sembradas las plantas en Moguer, florecerán a finales de octubre.

Bajo la supervisión de los técnicos de Grufesa desplazados a sus viveros para controlar un proceso de selección que garantiza una fruta con los más altos estándares de calidad, se está ya procediendo a recolectar y preparar las mejores plantas de las variedades más tempranas para su rápido transporte hasta Moguer, donde apenas unas horas después de su recolección se siembran y se les proporcionan las mejores condiciones para su óptimo crecimiento.

Previamente, durante las últimas semanas, los socios y agricultores de la compañía han estado trabajando en sus fincas acondicionando convenientemente el terreno donde se sembrarán las plantas seleccionadas procedentes de los viveros en Ávila, de las que germinarán las primeras fresas de la temporada.

“Las plantas han crecido en las mejores condiciones y ahora son cuidadosamente seleccionadas para poder ofrecer luego un fruto de calidad, sano y natural. Durante esta fase, procedemos al arranque de la planta y las preparamos para su rápido transporte con el objetivo de que no sufran y sean sembradas cuanto antes” señaló Roberto Gómez, responsable de los viveros de Grufesa en Cabezas de Alambre, quien confirmó “la buena salud de las mismas, lo que hace presagiar una producción de calidad, similar en volumen a la de la pasada campaña”.

Las fases de recogida y plantación forman parte del compromiso responsable de la compañía moguereña con una producción de calidad, segura y sostenible en la que

su capital humano adquiere crucial importancia como un valor competitivo, contribuyendo así a convertirla en referente en el sector como especialista de la fresa. Un papel decisivo en su filosofía empresarial que se plasma en su modelo empresarial ‘#People make Grufesa’, que reconoce la importancia que tiene la contribución de todos sus trabajadores en la cadena de valor de su producción, desde el origen en sus viveros de Ávila hasta la adquisición de su fruta en los lineales, para corresponder las expectativas de consumo de un exigente mercado que cada vez más demanda una fruta no sólo de mayor calidad sino con el valor añadido que la distingue.

Una forma de producir que ha hecho a Grufesa acreedora del reconocimiento como la primera empresa del mundo que logra certificar toda su producción con el módulo Add-on Food Chain Partnership de Bayer CropScience, una certificación adicional a la de la norma Global GAP que supone una apuesta firme y contundente por la seguridad y salud alimentarias ♦



BERRYPRO

Simply integrated solutions

ENVASADORA AUTOMÁTICA PARA GRANEL

EA2CG-V2



**ENVASADORA CON
DOS CABEZALES,
CARRO DE ALIMENTACIÓN
Y TRANSPORTADOR DE RODILLOS**

Producción estimada: 1000kg/h por cabezal

EQUIPO DE ETIQUETADO SUPERIOR E INFERIOR DOBLE

ET2SI-C1-V1



Producción estimada:
130 tarrinas/min

SISTEMA DE CONTROL DE PESO



ZONA DE DESENCAJADO (Nivel-1: Recepción caja de campo. Nivel-2: Envases desenchajados. Nivel-3: Salida cajas vacías)

TRANSPORTADOR SEPARACIÓN (Optimización rendimiento controladora de peso)

CONTROLADORA DE PESO (Peso y verificación de envases)

DISTRIBUIDOR DE TABLILLAS 2 VÍAS (Distribución de envases según peso)

MESA REDONDA GIRATORIA (Acumulación envases para corrección de peso)

TRANSPORTADOR SALIDA PESO CORRECTO



Simply Integrated Solutions

Fran y Lolo cumple su tercer año comercializando kiwiberry.

La fruta, procedente de Asia, es familia de los kiwis, se caracteriza por presentar un tamaño menor, es más dulce y es rica en vitamina C, ácido fólico y vitamina E.

El objetivo empezó con la búsqueda de nuevos cultivos, atractivos para un mercado cada vez más competitivo y con un nivel de garantía y calidad, que de alguna forma dieran certeza de que apostar por ello, era sinónimo de éxito. Así la empresa onubense Fran y Lolo, de Rociana, comenzó a cultivar el kiwiberry hace ya más de tres años.

Esta fruta, procedente de Asia, ha llegado a la provincia de Huelva de la mano de estos agricultores, que esperan que se convierta en toda una revolución. Procedente de la familia de los kiwis, se caracterizan por presentar un tamaño menor, cuya cáscara no tiene tricomas o pelos y, en lo que se refiere a su sabor, es aun más dulce que en las variedades rojas y amarillas. Además de contar con un alto contenido en vitamina C, ácido fólico y vitamina E.



Fran y Lolo supervisan los cultivos.

Esta firma onubense de Luceña del Puerto, pero con sus plantaciones en Rociana, se ha centrado en el cultivo ecológico. La producción orgánica de este especial fruto cuenta con tres hectáreas, cuya recolección acaba de comenzar y en cuya cosecha se esperan recolectar unos 25.000 kilogramos de kiwiberry. En cuanto a su comercialización, el kiwiberry

sigue los pasos de los berries más tradicionales, cuyos mercados principales son el centro de Europa, Alemania, Bélgica o Suiza, entre otros.

Se trata de un 'snack' sano, dulce y fresco, cuyas propiedades antioxidantes y también afrodisíacas esperan poder convertirlo en una de nuestras elecciones frutales favoritas en cualquier momento del día ♦

- Personalizable a todo color
- Plástico interior
- Tapa plástica
- Cierres especiales



Especialistas en packaging ecológico. Ecological packaging specialized.

Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN
T: +34 950 580 712 · F: +34 950 580 669 · M: comercial@ejidocarton.com

ENTEC[®]

SOLUB

Fertirrigación eficiente y de calidad



El arándano tiene mucha más afinidad por el nitrógeno en forma de amonio que en forma de nitrato. Los abonos ENTEC[®] aseguran la disponibilidad del nitrógeno amoniacal durante más tiempo, lo cual nos permite mantener pH más ácidos en la rizosfera, con una mejora en el crecimiento vegetativo de la planta, un mayor número de entrenudos, un incremento del área foliar y una mayor longitud de los brotes, lo que conlleva a una mejor floración en la campaña siguiente.



+ Ventajas de los fertilizantes con tecnología ENTEC[®]

- Mejor aprovechamiento del nitrógeno
- Óptimo rendimiento de los cultivos
- Mejor floración y cuajado de los frutos
- Mejor calidad de las cosechas
- Disminución de la contaminación ambiental



EuroChem Agro Iberia, S.L.
Joan of Acuña, 16-47
08006 Barcelona
Tel: 932 247 222
Fax: 932 259 221
www.eurochemagro.com

 **distrasca**

Tel. 870 870 558



**EUROCHEM
AGRO**

The Fertilizer Experts.

Plus Berries es reconocida por la Junta en el ámbito transnacional de producción.

La empresa onubense ha incorporado como socio a su actividad a Caver Explotaciones y Servicio, con producción en Portugal.

El delegado territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía en Huelva, Álvaro Burgos, ha entregado a los representantes de la Sociedad Agraria de Transformación (SAT) Plus Berries, productores de frutas y hortalizas de Aljaraque, la resolución que le otorga el ámbito geográfico de actuación transnacional.

La Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía ha aprobado este reconocimiento a raíz de que Plus Berries haya incorporado como socio en su actividad a la firma Caver Explotaciones y Servicio, con sede en Badajoz pero con producción en Portugal.

Una firma pasa a ser transnacional de productores cuando al menos una de las explotaciones está situada en un estado miembro de la



El delegado de Agricultura con Diego y Daniel Velo.

Unión Europea distinto al que contiene su sede social. Tanto el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España como el

Ministerio de Agricultura y Pesca de Portugal han confirmado los registros a través del intercambio de información de las empresas ♦

fitovega

**FITOSANITARIOS
NUTRICIONALES
ASESORAMIENTO TÉCNICO
PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

HACEMOS ENVÍOS A TODA ESPAÑA
Trabajamos con las principales marcas del sector

www.fitovega.es info@fitovega.es 955 300 409 / 602 231 747

The advertisement features a cluster of fresh, ripe strawberries on the left side. The background is white with faint, light-colored outlines of strawberries. On the right side, the 'fitovega' logo is displayed in green, consisting of a stylized leaf and the brand name. Below the logo, the company's services are listed in bold black text: 'FITOSANITARIOS', 'NUTRICIONALES', 'ASESORAMIENTO TÉCNICO', and 'PRODUCTOS ECOLÓGICOS'. At the bottom, a green banner contains the text 'HACEMOS ENVÍOS A TODA ESPAÑA' and 'Trabajamos con las principales marcas del sector'. The footer includes the website 'www.fitovega.es', the email 'info@fitovega.es', and the phone number '955 300 409 / 602 231 747'.



LÍDERES EN EL SERVICIO DE GRUPAJE HORTOFRUTÍCOLA

Dos empresas con más de 50 años de experiencia en el sector

CALIDAD

COMPROMISO

INNOVACIÓN

**JUNTOS →
MÁS LEJOS**

www.reseau-primaver.com
www.primafrio.com



Hudisa recibe el premio a la Internacionalización 2019 de los Premios Pyme de la Cámara de Comercio. El galardón reconoce el liderazgo de la empresa en los mercados internacionales.



La vicepresidente de la Diputación entregó el galardón.

La empresa asociada de Freshuelva Hudisa Desarrollo Industrial ha recibido el premio a la Internacionalización que otorga la Cámara de Comercio de Huelva, en colaboración con el Banco de Santander y el diario Huelva Información, y con el que valora y reconoce el liderazgo de la empresa en los mercados internacionales.

Este reconocimiento se ha otorgado como accésit dentro de los Premios Pyme del Año que organiza la Cámara para poner en valor la actividad emprendedora onubense y a la contribución de los empresarios al desarrollo de Huelva y que este año ha recaído en la empresa Instituto Español.

No obstante, la Cámara de Comercio ha querido reconocer con diferentes accésit la labor de otras cuatro pymes onubenses, entre las que se encuentre Hudisa, empresa líder del sur de Europa en cantidad de frutos rojos procesados y que está presente hoy en más de 30 países, en los cinco continentes y con una exportación que supone cerca del 70% de su volumen.

Hudisa transformó en 2018 más de 20.000.000 de kilos de frutos

rojos y, de ellos, el 70% se destinó a la exportación. Con presencia en más de 30 países, el negocio internacional de Hudisa ha ido creciendo paulatinamente y, desde el año 2015, se ha producido un incremento de su facturación del 14,23% fuera de nuestras fronteras, y del 70,90% a países extracomunitarios. Esta presencia, la calidad e imagen de la empresa y el esfuerzo realizado para abrir nuevos mercados son algunos de los aspectos que ha valorado el jurado de los premios Pymes Huelva 2019 para otorgarle el premio en esta edición.

Hudisa inició su actividad en el año 2002 fruto de la unión, la visión empresarial y de futuro del conjunto de las 19 cooperativas productoras de frutos rojos más importantes de Lepe, realizando una integración vertical y apostando por la transformación de la fruta de industria.

Hudisa procesa y comercializa purés, concentrados y fruta congelada de fresa, frambuesa, mora y arándano y trabaja en tres líneas diferentes de producto como son la línea convencional, Babyfood y Orgánica. Hoy es la empresa líder del sur de Europa en cantidad de frutos rojos procesados

y un potencial productivo de más de 20 millones de kilos/año. Entre sus accionistas están las principales cooperativas productoras de frutos rojos, reuniendo a más de 1000 agricultores que cuidan al máximo sus frutos, la Caja Rural del Sur y la Diputación de Huelva.

“Podemos afirmar -señaló Antonio Tirado, presidente de Hudisa- que somos una empresa en la que la calidad es el elemento básico en la estrategia de diferenciación de nuestros productos y esto es posible gracias al compromiso y al alto grado de la cualificación de nuestros productores, así como al esfuerzo del capital humano que conforma Hudisa”. Tirado destacó además “los importantes recursos materiales y tecnológicos invertidos para satisfacer las expectativas y demandas de nuestros clientes a lo largo del mundo”.

Hudisa cuenta además con las certificaciones más exigentes de proceso industrial, así como son FSSC 22.000, Kosher, Halal y CAAE, que les permite comercializar sus productos a grandes multinacionales del sector alimentario y garantizar la seguridad alimentaria ♦

Somos expertos en fisiología vegetal
y ponemos nuestra tecnología al
servicio de tus cultivos



neptunion

Exclusiva biomolécula
osmorreguladora contra
el estrés hídrico nunca
antes utilizada en
agricultura

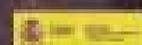
Neptunion® es un derivado de amina
amfipática que actúa desde el interior de
la planta estabilizando proteínas y
enzimas. Su efecto osmoprotector
favorece la producción normal del cultivo
en situaciones de estrés ambiental.



cybellion

Extracto derivado de
un fermentado vegetal
a partir de un
microorganismo,
autorizado para
Agricultura Ecológica

Cybellion® es un complejo de
macromoléculas con un alto contenido en
ácidos orgánicos, azúcares y proteínas de
gran calidad que contribuyen a fortalecer el
cultivo y a activar su desarrollo.



@PlantResponseSL



@plantresponsebiotech

www.plantresponse.com

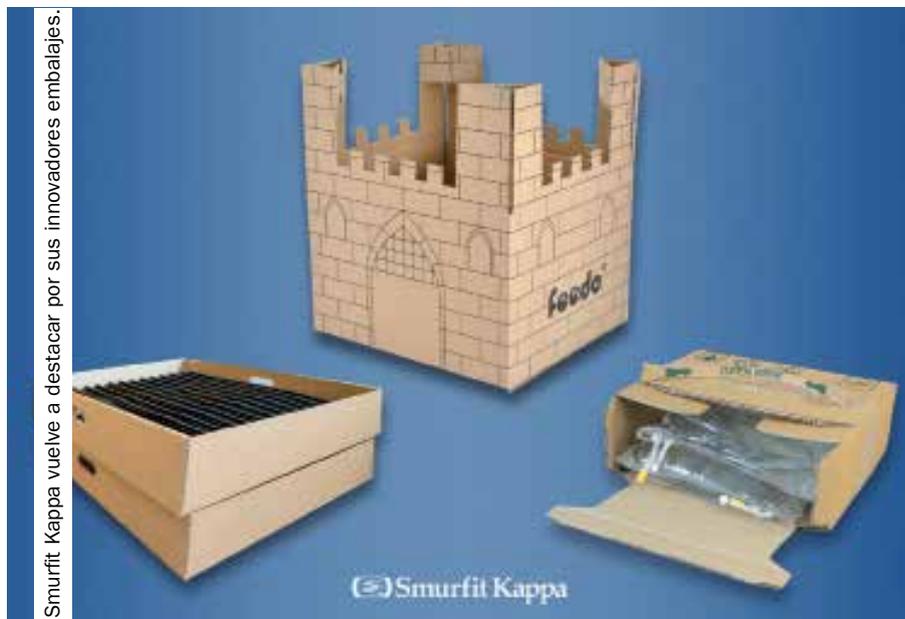
Smurfit Kappa recibe tres premios WorldStar por sus innovadoras soluciones de embalaje sostenible. En este certamen anual se han contabilizado 319 participaciones procedentes de 34 países.

Smurfit Kappa, líder del sector de embalaje de papel y cartón ondulado, acaba de ganar tres premios WorldStar 2019 por sus innovadoras soluciones de embalaje sostenible, en un certamen que celebra de forma anual la Organización Mundial del Embalaje y que este año ha contado con 319 participaciones de 34 países.

El primero de los productos ganadores de Smurfit Kappa ha sido el kit de diálisis de emergencia 'Not a Drop Wasted', un embalaje seguro, pero que se abre fácilmente y cuenta con esquinas redondeadas para proteger las bolsas de cinco litros de solución de diálisis de su interior.

El segundo producto premiado ha sido el famoso embalaje para juguetes 'Cardboard Castle', concebido para el sector eCommerce. Gracias a él, el juguete se envía de forma atractiva mejorando la experiencia del cliente, ya que puede transformarse rápidamente en un castillo.

Smurfit Kappa ha recogido el tercer galardón por su embalaje 'Packed like Sardines', destinado al sector automovilístico. Se trata de una solución que alberga en su interior un acondicionador de fácil montaje que elimina la necesidad de plástico, ya que la compañía ha observado que



Smurfit Kappa vuelve a destacar por sus innovadores embalajes.

cada vez más clientes desean sustituir los materiales no reciclables por alternativas sostenibles de su cartera Better Planet Packaging.

Zdenek Suchitra, CEO de Smurfit Kappa en República Checa y Eslovaquia, aseguró que “estamos encantados y orgullosos de haber recibido estos prestigiosos premios. Trabajamos con clientes de muchos sectores distintos para crear embalajes sostenibles que cumplan varios

requisitos. Estoy orgulloso del talento y de la creatividad de las personas responsables de estos productos”.

Por su parte, Jan Kaprhál, director de Innovación y Marketing de la división de cartón ondulado de Smurfit Kappa Central Europe, añadió que, “como proveedor líder de soluciones de embalaje sostenible, nos comprometemos a aportar innovación y valor añadido a nuestros clientes y a sus negocios” ♦

Nueva certificación G7 Colorspace para la impresora digital. La compañía completa el proceso de capacitación, examen y calificación de su impresión.

Smurfit Kappa, líder del sector de embalaje de papel y cartón ondulado, sigue logrando hitos en su apuesta por la impresión digital de calidad al haber obtenido una nueva certificación G7 Master Facility Colorspace. En concreto, ha recibido esta validación para la impresora ubicada en su planta de Alcalá de Henares, que se suma a la ya conseguida para la impresora de Burgos hace unos meses.

De esta forma, la compañía sigue marcando la diferencia al ser el único proveedor de cartón ondulado de la península en contar con estos reconocimientos, otorgados por la organización Idealliance para destacar su conocimiento, habilidad y sus buenas prácticas para operar con la metodología G7 en un entorno de producción de comunicaciones gráficas. De esta forma, sus instalaciones calificadas ofrecen una reproducción

de color aún más consistente para sus clientes.

Smurfit Kappa se convierte así en un miembro destacado del selecto grupo de proveedores de servicios de impresión globales que han completado con éxito el proceso de capacitación, examen y calificación de sus procesos de producción de impresión, validando sus capacidades al más alto nivel de estándares y especificaciones de la industria global ♦

ESPERAMOS TU VISITA EN NUESTRO
STAND, EL 9G05, EN
EL HALL 9



SP Soluciones Agrícolas consigue tarrinas para berries 100% sostenibles. Consiste en un cerramiento con mallas biodegradables.

Hace cuatro meses, SP Soluciones Agrícolas se lanzó a la transformación de tarrinas de cartón y papel para frutos rojos y ahora da un paso más hacia el objetivo de aumentar la sostenibilidad. Y lo hace al cerrar dichos envases con mallas elásticas biodegradables, consiguiendo que sean 100% respetuosas con el medio ambiente.

“Nuestras tarrinas de cartón y papel están teniendo muy buena acogida entre los agricultores de Huelva, pero nos encontramos con el obstáculo de que su cierre también fuera sostenible”, explicó José Manuel Pece-ro, director comercial de SP Soluciones Agrícolas. “Afortunadamente, pronto dimos con una empresa fabricante de mallas elásticas biodegradables anaeróbicamente y conseguimos sortear el obstáculo”, añadió.

Las nuevas tarrinas de SP Soluciones Agrícolas.



Estas mallas están fabricadas con la primera poliamida capaz de degradarse por acción biológica. De hecho, hace sólo un año que empezaron a fabricarse. Con apenas medio gramo de material es posible envasar hasta un kilo de fruta. Además, se pueden fabricar de diferentes dimensiones para utilizarse con todos los modelos de envases existentes en el

mercado. La capacidad elástica de las mallas consigue que la fruta envasada ni se apriete ni se marque.

Con el suministro de estas tarrinas 100% sostenibles la empresa continúa trabajando en el respeto al medio ambiente. Desde hace años se desarrolla en áreas como el control biológico de plagas o la comercialización de productos residuo cero ♦

 **INDESLA**
PACKAGING

**BERRIES &
STRAWBERRIES**

www.indesla.com



CENTRAL

Camino Cabezois, S/N

Blar. ALICANTE.

03410. ESPAÑA

comercial@indesla.com

T. (+34) 965 811 136

F. (+34) 965 811 198

ALMACÉN

Pol. Ind. El Albarrobito, C/B

Moguer. HUELVA.

21800. ESPAÑA

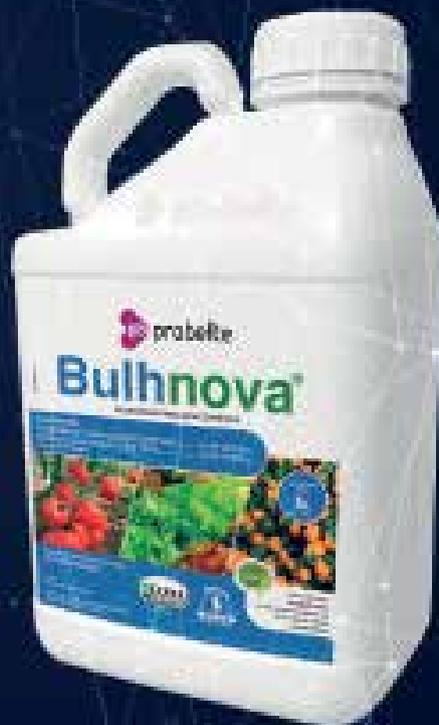
ecijapedro@yahoo.es

T. (+34) 959 372 783

F. (+34) 959 373 467

Bulhnova[®]

Nº Registro: F0004049/2029



EL _____
BIOFERTILIZANTE
QUE EVITA
LA CONTAMINACIÓN
DE LOS ACUÍFEROS
POR NITRATOS



La empresa Cascade Light Technologies se incorpora a los partners de Freshuelva. La entidad ofrece soluciones para modificar la luz de forma que se mejore el rendimiento de los cultivos, sobre todo, los protegidos con cubiertas.

La nueva empresa partner de Freshuelva Cascade Light Technologies es especialista en óptica para la agricultura y ofrece soluciones para modificar el espectro de luz para mejorar el rendimiento del material.

Cascade desarrolla aditivos ópticos activos para modificar las longitudes de ondas de la luz solar, de hecho, en cultivos protegidos por cubiertas, mejora el rendimientos y la calidad de forma sostenible.

En el mercado agrícola, el efecto Light Cascades® transforma la luz para estimular la fotosíntesis y mejorar el rendimiento de la producción agrícola y la calidad de los alimentos, mejorando así la competitividad de los productores agrícolas.

Light Cascades® también puede aumentar el rendimiento en la producción de energía fotovoltaica, el



crecimiento de algas, la iluminación y, en general, cualquier aplicación que implique luz.

Con el fin de llevar los mejores productos al mercado, Cascade está formada por un equipo multidisciplinario que combina investigadores experimentados en óptica, física y fotovoltaica con expertos en industrialización, marketing y desarrollo empresarial.

Con la incorporación de la empresa Cascade Light Technologies son ya 43 entidades las que forman parte de Freshuelva Partners, figura creada en el seno de Freshuelva para dar cabida a las empresas que trabajan prestando algún tipo de servicio al sector en la cadena de producción y comercialización de los frutos rojos que protagonizan las empresas asociadas de Freshuelva ♦

Aliados con la Naturaleza

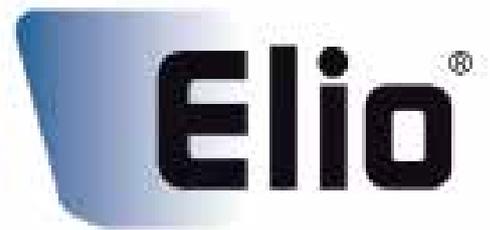
Encontrar las respuestas



En los últimos años, nuestro conocimiento en microorganismos, bioestimulantes y feromonas ha inspirado innumerables soluciones que han mejorado la capacidad de recuperación de la planta hasta el punto de que las enfermedades casi no tienen posibilidades. Gracias a la perseverancia de Koppert, ahora, toda una variedad de ácaros específicos se pueden introducir para combatir un gran número de plagas.

Descubrimientos innovadores similares con respecto a las soluciones de polinización han servido de base para la enorme eficiencia de la producción y la mejora de la calidad en muchos cultivos.





ELIO®

EL ANTI-OÍDIO QUE ELEVA TU RENTABILIDAD



Útil en frutales para controlar de oídio en procesos de desarrollo en España.

- Elevada eficacia contra las principales especies causantes de oídio y oidiopsis.
- Gran persistencia. Menos tratamientos por ciclo.
- Nueva familia química (herramienta para evitar la aparición de resistencias).
- Rápido perfil de degradación de residuos y plazo de seguridad reducido (3 días).
- Sin clasificación toxicológica.
- Compatible con OCBs, polinizadores y beneficiosos.
- Incluido en el Reglamento de Producción Integrada de Hortícolas en Protección de Andalucía y en Listas / Protocolos de normas de calidad.
- Máxima selectividad al cultivo.

sipcamiberia.es



BASF pone en el mercado un material biodegradable certificado ecovio® para film acolchado. Se obtiene a partir de materias primas renovables y ayuda a aumentar el rendimiento de la cosecha.

Los films acolchados de polietileno (PE) se deben retirar del terreno tras la cosecha. Sin embargo, a menudo es imposible quitarlos completamente y, al no ser biodegradables, las partículas sobrantes se acumulan en el suelo. Con ecovio® M 2351, BASF ofrece un plástico biodegradable para films acolchados elaborado con adipato-tereftalato de polibutileno (PBAT) ecoflex® y otros polímeros biodegradables obtenidos a partir de materias primas renovables.

Las láminas que se elaboran con ecovio® M 2351 se pueden incorporar al terreno junto con los restos vegetales de la cosecha, ya que los microorganismos lo reconocen como alimento que pueden metabolizar. Además, si consideramos los resultados de la agricultura sin acolcha-

do, las láminas hechas con ecovio® pueden aumentar el rendimiento de la cosecha entre un 15 y un 50%, disminuir el consumo de agua y mejorar el control de malas hierbas reduciendo así el uso de herbicidas.

Los agricultores también han observado que el uso de estos films proporciona una mayor resistencia del cultivo frente a enfermedades fúngicas, una cosecha más temprana, de mejor calidad y más homogénea, así como un mayor índice Brix, que indica la proporción entre azúcar y agua del cultivo. Por tanto, la agricultura sostenible puede ir de la mano de una producción eficiente de alimentos, con más rendimiento y una alta calidad.

Los films acolchados fabricados con ecovio® M 2351 evitan que

partículas de plástico se acumulen en el suelo y además se pueden incorporar al terreno junto con restos vegetales de la cosecha tras la recolección, con el consiguiente ahorro de trabajo y costes.

Un estudio de ETH Zürich, de Suiza, ha demostrado que los plásticos elaborados con adipato-tereftalato de polibutileno (PBAT) pueden servir de alimento para los microbios del terreno, como bacterias y hongos. Los microorganismos emplean el carbono del polímero para generar energía y producir biomasa. Los productos que quedan tras la biodegradación son CO₂, agua y biomasa.

Esto implica que el PBAT se degrada de forma biológica en el terreno y que, a diferencia del PE, desaparece del mismo ♦



coda

Los cuatro pilares de la nutrición en frutos rojos



codasal
premium

más consistencia y
vida poscosecha



codahort

microelementos que
nutren tus berries



codasting

toda la potencia
para tus berries



codamin
radicalar

estimula la raíz
de tus berries



AGROGAL

SUCRA
Sociedad Cooperativa Agrícola

estrategias **coda** de nutrición y estimulación para berries

sas

Sustainable Agri Solutions S.A.

www.sas-agri.com

Freshuelva celebra su VI Foro de Frutos Rojos. Se debatió sobre el transporte aéreo y la innovación en los envases de berries.



Mamen Mingorance, durante la inauguración.

La Caja Rural del Sur ha acogido la celebración del VI Foro Freshuelva de Frutos Rojos, en el que las empresas partners de la asociación Arola, SP Soluciones Agrícolas y Smurfit Kappa han abordado diferentes aspectos sobre la situación actual y futura del sector de los frutos rojos de la provincia de Huelva.

En este contexto, el director corporativo aéreo de la empresa Arola, compañía de gestión del comercio internacional, Lluc Navarro, abordó en su ponencia 'El transporte aéreo: ¿Cómo deben viajar nuestros frutos rojos?' las condiciones óptimas en las que deben exportarse los berries a destinos que son rentables para este transporte, como Oriente Medio, Asia o América.

El representante de Arola defendió la seguridad y el control de las temperaturas como principales ventajas del transporte aéreo, al tiempo que apuntó algunas limitaciones, como que los palets deben tener

un máximo de 160 centímetros para pasar los controles, aunque una vez pasados, esta altura puede ampliarse hasta los 240 centímetros.

De la misma forma, recomendó tener en cuenta la condensación y la humedad en los embalajes, apuntando el control de temperatura que ofrecen las aerolíneas suelen ser de entre dos y ocho grados para los productos frescos.

Navarro recomendó también asegurar la carga y dotarla de un termógrafo para saber dónde se producen subidas o bajadas de temperaturas; al tiempo que recordó que toda la mercancía pasa control de seguridad, inspección fitosanitaria y se pesa.

Por parte del partner de Freshuelva SP Soluciones Agrícolas, José Manuel Pecero disertó sobre las 'Tarrinas de cartón, otra alternativa para el envasado de berries', destacando sus ventajas frente a las tarrinas de plástico PET tradicionales, subrayando, además de la sostenibilidad,

la versatilidad de las primeras para adaptarse a las diferentes demandas de los clientes, la sencilla fabricación y la mayor resistencia.

El representante de SP Soluciones Agrícolas también destacó que su empresa había abordado el problema de la tapadera de los embalajes de los berries, apostando por una malla elástica que es renovable en un 85%, aunque están ultimando otras propuestas que serán presentadas en el marco de la feria hortofrutícola Fruit Attraction, que se celebra en Madrid entre el 22 y el 24 de octubre.

Aunque SP Soluciones Agrícolas interviene en la última fase de la creación del envasado del producto, Pecero destacó que la empresa está trabajando para ampliar su actividad y llegar a intervenir desde Huelva en algunas fases más de la creación, merced a una sinergia de empresas, para tener controlado el proceso desde Huelva y que no haya que traer el producto del exterior.

También sobre el embalaje trató la ponencia del representante de la empresa partner de Freshuelva Smurfit Kappa Javier Villate, que expuso la iniciativa 'Better Planet Packaging', una apuesta que da un paso más en solucionar el problema actual del residuo de los embalajes, saludando que esté creciendo la conciencia al tiempo que la legislación.

Villate destacó la apuesta de Smurfit Kappa por hacer de la sostenibilidad el corazón del diseño, usar el material adecuado con eficiencia de recursos para obtener el embalaje adecuado que pueda reutilizarse y, en el caso de que escape al control, sea biodegradable. Además, defendió que el embalaje sostenible también puede ser un valor de marca que cumpla con los términos renovable, reciclable y biodegradable.

La responsable del departamento técnico de Freshuelva, Mamen Míngorance, agradeció la intervención de las empresas partners y la presencia de las empresas asociadas, recordando que el Foro Freshuelva Partner es un espacio de análisis de los nuevos retos que tienen por delante las empresas del sector. En este sentido, Freshuelva ha creado esta herramienta permanente de información y formación al servicio de las empresas asociadas y de los profesionales que desarrollan su actividad dentro del sector de los berries.

En este Foro intervienen las empresas partners de Freshuelva para presentar y exponer sus trabajos, avances y desarrollos en todas las áreas de gestión que interactúan en la producción, comercialización y exportación de los berries.

Con el de hoy, se han celebrado ya seis foros, en los que han intervenido algunas de las 43 empresas que son partners de Freshuelva, figura creada por la asociación para aglutinar en torno al sector a aquellas empresas que, en el desempeño de su actividad, colaboran con las empresas exportadoras y productoras de frutos rojos, con el fin de aunar esfuerzos para el objetivo final y común de seguir impulsando el sector agroindustrial onubense ♦



Luc Navarro, de Arola.



José Manuel Pecero, de SP: Soluciones Agrícolas.



Javier Villate, de Smurfit Kappa.

Freshuelva reclama agua, infraestructuras y celeridad en los trámites para abrir nuevos mercados. El gerente de Freshuelva participa en la Jornada Agrobank, que analiza la actualidad del sector agrícola.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha reclamado a las administraciones presentes en las Jornadas Agrobank que se ejecute en esta campaña el trasvase ya aprobado de agua al Condado, la mejora de las infraestructuras y la celeridad en los trámites para que puedan transportarse los berries onubenses a nuevos y más lejanos mercados como China, India o Canadá.

Durante su intervención en la mesa redonda 'Nuevos cultivos en el sector agrario onubense', moderada por el delegado territorial de Agricultura de la Junta de Andalucía en Huelva, Álvaro Burgos, el gerente de Freshuelva hizo una radiografía de la situación actual del sector de los berries en la provincia, cuyo futuro "está condicionado por carencias en infraestructuras como las hidráulicas y por que solo haya en España un aeropuerto especialmente preparado para exportar mercancías a países lejanos, como es el de Zaragoza".

En este punto, también reclamó celeridad en los procesos y trámites administrativos, tras recordar que Freshuelva presentó en diciembre de 2017 el expediente para iniciar el protocolo de comercialización del arándano con China, sin que aún se haya recibido una respuesta por parte de la Administración.

También apuntó que Freshuelva ha reclamado en el Grupo de Trabajo de Internacionalización de Frutas y Hortalizas, constituido por responsables de los ministerios de Industria, Comercio y Turismo y de Agricultura, Pesca y Alimentación y de organizaciones sectoriales representativas del sector exportador hortofrutícola iniciar las negociaciones para exportar berries a Canadá y a la India.

Con ello quiso destacar el trabajo que lleva a cabo Freshuelva para la apertura de nuevas vías de comercialización para los berries onubenses,



ses, apuntando, no obstante, que los frutos rojos que se producen en la provincia siguen siendo muy desconocidos para el consumidor nacional, con lo que destacó que Freshuelva seguirá trabajando en la promoción de estos berries, resaltando, además de su calidad y sabor, las importantes cualidades que aportan a la salud.

Con todo, mostró su satisfacción por el aumento del consumo de la fresa experimentado en España en los siete primeros meses del año, justo en un momento también en el que el consumo de frutas ha descendido de forma generalizada.

Por otra parte, Rafael Domínguez apuntó que la diversificación de los frutos rojos responde al aumento de la competencia intra y extra comunitaria, con el incremento de la producción y la comercialización de berries procedentes de países como Turquía, Marruecos o Egipto, país del que advirtió de un acuerdo particular con el Reino Unido que podría incidir en las ventas de los frutos rojos españoles al mercado inglés de consumirse la salida de este del Brexit sin acuerdo. Así, subrayó la proliferación de la producción de cultivos como

el kiwiberry, el aguacate, el pepino melón o la pitaya en las empresas asociadas de Freshuelva, sobre lo que quiso subrayar que la asociación seguirá liderando la evolución del sector dando cobertura a la diversificación de sus empresas asociadas y defendiendo, como lo ha hecho hasta ahora, la sostenibilidad, la calidad y las cualidades saludables de nuestros berries.

También participaron en la mesa redonda el presidente de la Asociación de Citricultores de Huelva, Lorenzo Reyes, que destacó la apuesta del sector por variedades protegidas con royalty que, además, regulan la capacidad productiva, con lo que "se pueden salvar las condiciones negativas que se dieron en la pasada campaña y que esperamos no se vuelvan a repetir".

El director de I+D de Planasa, Pedro Domínguez, por su parte, defendió que el campo "tenemos que hacerlo competitivo, reduciendo costes o dándole más valor añadido, por lo que las variedades tienen que ser competitivas, que sean de más fácil recolección y usando el I+D ante el problema de la mano de obra o

con variedades que requieran menos agua o menos productos fitosanitarios!

Cerró la mesa redonda el presidente del Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Huelva, Julio Volante, que consideró “apasionante” el trabajo de un técnico agrícola en un sector que “se ha ido reinventando, que tiene a la la sostenibilidad y la calidad como banderas de su producción y que va por delante en innovación con cultivos muy tecnificados”.

La directora general de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Esperanza Orellana, fue la encargada de abordar los nuevos mercados y el consumo de los berries en la Unión Europea.

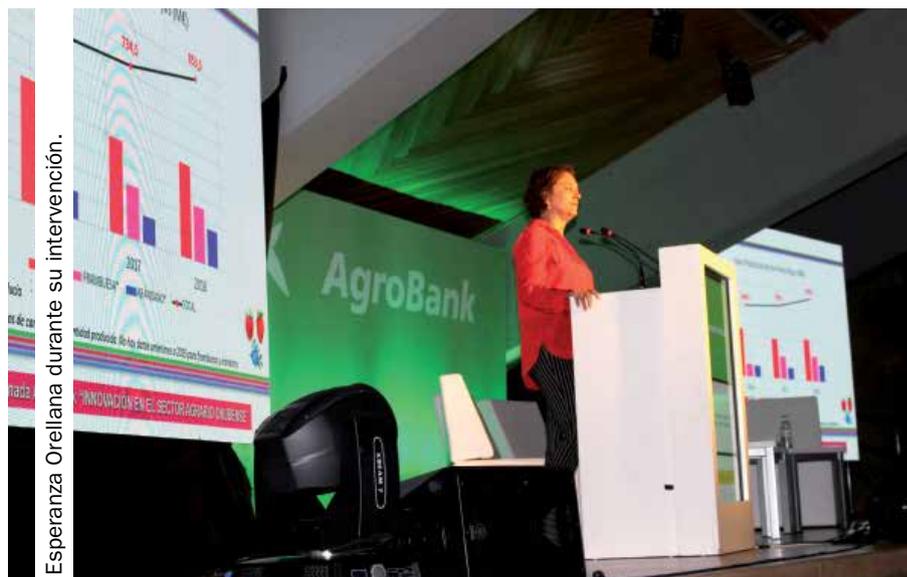
En este sentido, destacó la situación de fortaleza del sector de frutos rojos español en el mundo, como quinto país productor, así como la organización y la cohesión del sector, “una ventaja en sí mismo que permite afrontar mejor los retos que conllevan que el 80% de su producción se exporte al exterior”.

Orellana resaltó el incremento del 13% del consumo de fresas en España experimentado este año, con un total de 2,98 kilogramos de fresa por persona y año consumidos, justo cuando la tendencia del consumo de fruta está a la baja, lo que, a su juicio, responde a que se están haciendo bien las cosas en términos de calidad, que al final es lo que el consumidor valora. En este punto, situó como principales retos del sector la apertura de nuevos mercados, como los de Asia u Oriente Medio para frutos rojos menos perecederos como el arándano.

Por su parte, el director corporativo de AGQ Labs, Miguel Valero, defendió que “la agricultura del futuro debe ser más eficiente, sostenible, razonada, tecnificada y dotada de inteligencia artificial” y situó como oportunidades para la diversificación de la producción actual, además del aguacate, otros berries, productos tropicales, captáceas e industriales como el cáñamo ♦



Participantes y asistentes a la Jornada Agrobank.



Esperanza Orellana durante su intervención.



Miguel Valero durante su exposición.

Freshuelva participa en un seminario sobre la movilidad africana y afrodescendiente organizado por Red Hekima. Aborda la movilidad y el intercambio empresarial para propiciar el desarrollo de los territorios.



Rafael Domínguez durante la mesa redonda.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha participado en el Seminario Internacional 'Movilidad Africana y afrodescendiente: Avances y desafíos', organizado por la Red de Cooperación Académica y Empresarial, Hekima, en colaboración con la Universidad de Huelva y la Junta de Andalucía.

En concreto, Rafael Domínguez formó parte de una mesa redonda en la que se analizó la movilidad y el intercambio empresarial para el desarrollo, que estuvo moderada por el catedrático de la Universidad de Huelva Francisco José Martínez.

Durante su intervención, el gerente de Freshuelva expuso la evolución del sector de los frutos rojos en la provincia de Huelva, ligada a la necesidad de mano de obra, cuyo crecimiento dio lugar a las primeras experiencias en Europa de contrataciones en origen.

Rafael Domínguez explicó que, tras estar interrumpida en los peores años de la crisis económica, se volvió a acudir a la contratación en origen,

en este caso en Marruecos, puesto que los trabajadores de países como Polonia o Rumanía ya son europeos de pleno derecho y no necesitan estos procesos de selección para trabajar en el sector de los frutos rojos.

En este punto, recordó que el sector estima y cuantifica la mano de obra que necesita para cubrir las necesidades de cada campaña entre 80.000 y 90.000 personas en total, pero es la Secretaría General de Inmigración la que autoriza cuánto, qué y cómo se realiza la contratación en origen. En el último año, la contratación de 14.500 mujeres para toda la campaña procedentes de Marruecos, país que tiene acuerdo con el Gobierno español.

El gerente de Freshuelva destacó los problemas que las empresas tienen cada año para cubrir la mano de obra y lamentó que se le pongan más trabas a la movilidad de las personas que a la de las mercancías en el mundo global en el que vivimos, trabas de las que, en ambos casos, aseguró no estar de acuerdo,

entre otras cosas, porque tampoco permiten solucionar el problema de inmigrantes que ya están en nuestro país y que podrían estar trabajando en el sector agrario.

La mesa también conoció la labor que realiza la empresa francesa Savoir Faire Decouverte, formando a inmigrantes para que puedan tener su propia actividad productiva desde las buenas prácticas. Francisco José Martínez la destacó como una iniciativa totalmente trasladable a la sociedad española, sobre todo, para abordar la "terrible problemática de los MENA, a los que ayudamos hasta los 18 años, edad a partir de la cual los abandonamos sin que tengan la posibilidad de tener un futuro".

Por su parte, el empresario y expresidente de la Asociación Afrohispanos, Guillermo Ponce, expuso su experiencia de casi 30 años en España defendiendo que hay que educar a los hijos en el empoderamiento para conseguir la independencia que dé el poder económico, desde el que también poder alcanzar el político ♦



La forma más
natural *de rentabilizar*

los cultivos de **Fresón**



Aumenta la tolerancia de la planta al estrés.

www.planthealth.es

 **Bioiberica**

Freshuelva logra que el MAPA apruebe ayudas para la retirada del arándano.

De esta forma entra en el mecanismo de gestión de crisis en el mercado del que ya formaban parte la fresa y la frambuesa.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha incluido al arándano en la lista de productos susceptibles de acogerse a la ayuda de retirada como mecanismo de gestión de crisis en el mercado, en la que ya aparece la frambuesa y la fresa.

Las gestiones llevadas a cabo por Freshuelva ante el MAPA se han saldado con la inclusión de los arándanos en el Anexo V relativo a los 'Importes de ayuda para la retiradas de productos no incluidos en el anexo IV del Reglamento Delegado (UE) nº 2017/891'.

El Real Decreto 501/2019 publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) y al que el Consejo de Ministros dio luz verde el pasado agosto recoge, en este sentido, que los importes de la ayuda por retirada de arándano serán de 371,61 euros



El arándano tendrá ayudas para su retirada.

por 100 kilogramos en el caso de la distribución gratuita y, para otros destinos, de 278,71 euros por 100 kilogramos. La normativa modifica la

norma nacional que regula las ayudas comunitarias del sector de frutas y hortalizas, cuyo valor alcanza cada año los 220 millones de euros ♦

DAMOS VIDA AL CAMPO



Newtrac

Concesionario oficial New Holland
Pol. Tartessos calle A, nave 308, 21007 Huelva
T. 959 356 687

ROOTADO

ENRAIZANTE

La última tecnología
en estimulación radicular.



COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ, S.A.

Víctor Massó 35 | 2003029 Barcelona | Tel: 93 495 25 00 | Fax: 93 495 23 02 | masso@cqm.es | www.massoagro.com

Bayer presenta en Huelva su gama biológica a productores andaluces. Contribuye así a combatir plagas y mejorar las producciones.

Cuatro novedades ha presentado en Huelva la firma Bayer, todas ellas biológicas, en la línea de una firme apuesta por la sostenibilidad, en general, y de las producciones en particular. Sonata, Serenade Aso, Flipper y BioAct ya se pueden aplicar o están a punto de obtener el registro para cultivos de fresa y frutos rojos (frambuesa, arándano, mora y otras bayas), aunque también se pueden aplicar en otros cultivos abundantes en la provincia de Huelva como vid, cítricos, frutales, aguacates, kiwis...

Con esta gama biológica, Bayer aporta herramientas eficaces para combatir plagas y mejorar las producciones en un amplio espectro en lo que se refiere a los elementos a combatir. Ello ha sido posible por el programa de investigación y desarrollo que esta firma tiene implantado a nivel mundial, realizando ensayos en

múltiples lugares del mundo, entre los que se incluye el suroeste de la Península ibérica, con Huelva como zona relevante dada su capacidad de producción de frutos rojos, principalmente.

Para la presentación, en la que contó con la colaboración de Freshuelva, Bayer desplazó hasta Huelva a investigadores que trabajan en diversas partes del mundo como Denise Manker y Albert Schirring. Coordinaron la presentación los directivos José Luis Robles, gerente de Cultivos Hortícolas en el Mediterráneo y África de Bayer; y Miguel Angel Sanz, coordinador de Marketing en Andalucía Occidental de Bayer, que se encargaron de dar los pormenores de los ensayos que se han realizado en Huelva, en algunos casos, o en la vecina Badajoz. También intervinieron el responsable de Desarrollo de

Insecticidas en Bayer Iberia, Josep Izquierdo, y los directivos de Alpha-biocontrol Garth Bretherton y Peter Hingley, empresa propietaria de Flipper, que distribuye Bayer en España.

Los productos más novedosos son Sonata y Flipper, el primero es un fungicida y el segundo un insecticida porque tanto Serenade Aso como BioAct son dos marcas ya conocidas en el mercado, aunque se presentaron nuevos usos y se expusieron resultados de algunos ensayos realizados durante la pasada campaña agrícola de frutos rojos.

Los investigadores incidieron fundamentalmente en dos premisas para lograr eficacia y el máximo rendimiento en la aplicación de estos biológicos, como son utilizar la dosis recomendada y aplicar de la forma conveniente para actuar donde se necesite ♦

TECNIFRIO

LÍDERES EN REFRIGERACIÓN DESDE 1980

tecnofriorefrigeracion.com

LAISOL | RAISAN-50

LA MEJOR BASE PARA UNA BUENA COSECHA



ESPECIALISTAS EN DESINFECCIÓN DE SUELOS

- Polivalencia y eficacia.
- Mecanismo de defensa natural.
- Regeneran la fertilidad del suelo.

Usa los productos fitosanitarios de manera segura. Lee siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.



LAINCO, S.A.

Pol. Ind. Can Jardí
Avda. Bixet, 5-12
08191 RUBÍ (Barcelona)
Tel. 93 586 20 15 | Fax. 93 586 20 16
lainco@ainco.es
www.lainco.es



Adesva acoge la presentación del plástico luminiscente con tecnología Magic Lite diseñado para berries. Se exponen también los resultados de diversos experimentos realizados con frutos rojos.

El Centro Tecnológico de la Agroindustria (Adesva) de Lepe ha acogido la celebración de una jornada específica en la que se dieron a conocer los resultados de los ensayos realizados en plantaciones experimentales de berries en Huelva y donde se usó plástico luminiscente que emplea la tecnología Magic Lite.

La jornada, organizada por las empresas francesas Agripolyane, la fabricante del films, y Cascade, la que aporta la tecnología, comenzó con una charla de Frederic Peilleron, CEO de Cascade, en la que detalló los principios subyacentes en la tecnología de fotoconversión. Posteriormente, S.S. Jenarie, de Cascade, habló sobre la aplicación de los plásticos luminiscentes en los berries. En este punto, explicó

el funcionamiento de la tecnología Cascade, basada en la adaptación de la calidad de luz solar a la necesidad de la planta combinando la fotoconversión, que modifica la luz solar aumentando la cantidad de luz azul y roja fundamental para la fotosíntesis; la fotoselección, con filtros selectivos de longitudes de onda específicas no deseadas; y la difusión.

Según explicó, esta tecnología se adapta a los procesos de cultivo existentes, ya que no interfiere con los polinizadores y no compromete la reciclabilidad del film.

Por su parte, la responsable del Área de Agronomía de Adesva, Magdalena Torres Vilchez, presentó los resultados obtenidos en diversos experimentos llevados a cabo en el cultivo de berries en Huelva. A conti-

nuación, el gestor de exportación de Agripolyane, Bertrand Salkin, disertó sobre 'Plásticos luminiscentes: una tecnología lista para usarse'.

En Huelva se realizaron unos ensayos durante la campaña 2017/2018 en los cultivos de fresa, frambuesa y arándano. Para la fresa se demostró que utilizando estos plásticos luminiscentes se lograba un aumento de rendimiento del 15% con precocidad e igual contenido de azúcar y conservación del fruto. En frambuesa también se observó un incremento del rendimiento del 15% en la precocidad, mientras que en el arándano se calculó un rendimiento mayor, en torno al 60%. No obstante, estas pruebas deberán ser refrendadas con los resultados de las pruebas realizadas en la última campaña ♦

  
Viveros Campiñas

CALIDAD Y SEGURIDAD PARA SU NEGOCIO
QUALITY AND SAFETY FOR YOUR BUSINESS

PLANTA DE FRESA
STRAWBERRY PLANTS

PLANTA DE FRAMBUESA
RASPBERRY PLANTS

PLANTA DE FRESA EN MACETA
STRAWBERRY PLANTS IN POTS

www.viveroscampinas.com

Su empresa
necesita a
alguien que le
ayuda a entender
que los
negocios
difíciles pueden
ser fáciles.

Expertos en hacer fácil lo difícil.

SOLUNION es el socio que necesita para desarrollar su actividad comercial con total tranquilidad. Somos expertos en seguros de crédito, podemos asesorarle y ayudarle a minimizar sus riesgos. Conocemos al mercado y sus cambios. Tenemos información precisa sobre más de 40 millones de empresas de todo el mundo gracias a nuestra red internacional de analistas de riesgo. También internacional, con presencia en más de 50 países, que le asegura frente a todo tipo de riesgos, desde la confianza y seguridad que su empresa necesita para crecer en cualquier mercado.

950180926
solunion.es



 solunion

El Ifapa busca producciones más sostenibles en frutos rojos con ensayos de control de patógenos. El objetivo final es reducir el impacto que la agricultura tiene sobre el medio en el que se desarrolla.

El objetivo final es conseguir producciones más sostenibles medioambientalmente hablando y reducir el impacto que la agricultura tiene sobre el medio. Ésta es la filosofía que mueve uno de los últimos ensayos que ha puesto en marcha el Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera, Ifapa, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

El ensayo se realiza dentro del proyecto sectorial de transferencia 'Producción sostenible en el cultivo de fresa y otros frutos rojos' y se trata de evaluar la eficacia en el control de patógenos de dosis reducidas de fumigantes mediante el sellado bajo plástico totalmente impermeables a la emisión de gases (TIF). En el

estudio participan investigadores y técnicos de tres centros del Instituto: Alameda del Obispo, Las Torres y Huelva.

Los resultados preliminares apuntan que el uso de plásticos TIF a dosis de 40gr/m², reduce los rendimientos entre el 16% en producción extra-temprana y el 10% al final de campaña, en comparación con la misma dosis bajo PE, mostrando un posible efecto fitotóxico, dato que habrá que confirmar en ensayos posteriores. Teniendo en cuenta los resultados referentes a vigor de la planta, rendimientos, porcentaje de fruto de segunda categoría y reducción de patógenos de suelo, en principio, se podría recomendar como más adecuada la dosis de 30gr/ m²(150 kg/ha) bajo TIF.

Este ensayo se ha llevado a cabo durante la pasada campaña agrícola 2018/2019 en la Finca Experimental El Cebollar de Moguer. Se ha comparado la eficiencia de aplicaciones de 1,3-dicloropropeno+cloropicrina (40gr/m²) bajo plásticos PE (polietileno 200 galgas), con dosis decrecientes del producto bajo plásticos TIF (de 40gr/ m² a 10gr/m²), todas las aplicaciones fueron realizadas en riego por goteo en lomo.

El uso de plásticos TIF, por su baja emisión a la atmosfera, permite reducir los riesgos y efectos derivados de la utilización de productos fitosanitarios, especialmente en el ámbito de la salud humana y del medio ambiente. Este plástico TIF es de más fácil reciclaje que los VIF ♦



LEPEPLAS

PLÁSTICOS PARA AGRICULTURA E INDUSTRIA

BOLSAS DE PLÁSTICO Y PAPEL

LÁMINAS

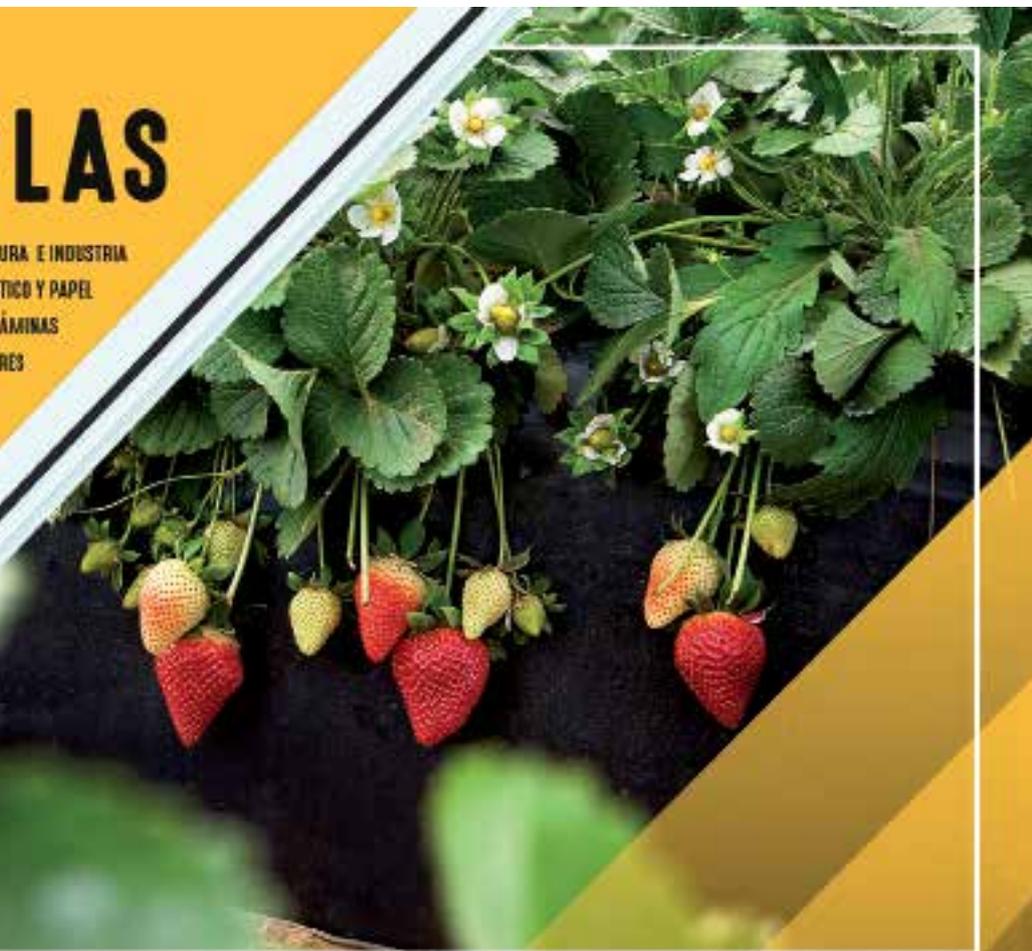
CUBRES

Pollgono Industrial El Cherrillo
C/ Manijeros, Naves 5 - 13 | 21440 - Lepe (Huelva)

T. 959 381 059 | F. 959 610 088

lepeplas@lepeplas.es

www.lepeplas.es



Potenciando Rentabilidad y Calidad



Ultrazol[®] Magnum P44 es un producto único, por ser un ácido seco y fuerte en forma cristalina. Gracias a su acción ácida, Ultrazol[®] Magnum P44, aumenta considerablemente la absorción de nutrientes del suelo.

Ultrazol[®] Magnum P44 contiene 18 % nitrógeno [N] y 44 % fósforo (P_2O_5). Por ser 100 % soluble en agua y fuertemente acidificante, contribuye a un balance óptimo de nutrientes, previene el bloqueo de los sistemas de riego y mejora la eficiencia en la captación de nutrientes.

Ultrazol[®] Magnum P44, es la mejor inversión para sus cultivos, conduce a una rentabilidad óptima y estimula su negocio.

(Para mantener los sistemas de goteo limpios y una mayor eficiencia en la absorción de nutrientes).



La Junta inicia una campaña sobre el riesgo de traer plantas y frutas de otros países. Se trata de alertar sobre plagas que se pueden introducir con vegetales adquiridos y que pueden dañar a la agricultura.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta en Huelva ha iniciado una campaña para concienciar a la ciudadanía sobre el riesgo que supone para nuestra agricultura la posible introducción o propagación de plagas en el territorio nacional por la circulación de determinados vegetales, como plantas y frutas, susceptibles de ser portadores de las mismas.

La campaña tiene un importante componente online, ya que se desarrolla a través de la página web de la Red Raif, de alerta e información fitosanitaria, mediante mensajes en los perfiles institucionales en redes sociales y profesional de la propia Raif, con avisos personalizados por sms y a través de boletines fitosanitarios semanales.

De esta forma, se pretende sensibilizar acerca de la necesidad de proteger los cultivos ante organismos nocivos, recordando sobre todo a quienes viajan fuera de España que cualquier planta o fruta que se compren puede ser portadora de plagas como la *Xylella Fastidiosa* o el HLB de los cítricos, cuya llegada a Andalucía sería muy perjudicial para nuestra agricultura. El mensaje de la campaña invita a sustituir la adquisición de estos productos vegetales por fotos para evitar los riesgos que conllevaría la introducción o propagación de plagas en el territorio nacional por la circulación de determinados vegetales susceptibles de ser portadores de las mismas.

La Junta de Andalucía insiste en la necesidad de cumplir la norma-

tiva vigente en relación a la entrada de vegetales de terceros países en la Unión Europea y su circulación por la misma. Así, recuerda que vegetales de cítricos, prunus (almendro, cerezo, ciruelo...), vid y patata tienen prohibida su introducción, mientras que para el resto de vegetales y productos vegetales (plantas vivas, flores cortadas frescas y ramos para ornamentación, frutas frescas y hortalizas frescas), se especifica que deberán declararse obligatoriamente en las aduanas españolas de destino cuando se sobrepasen las seis unidades de flores o el kilo de fruta o tres unidades por persona para frutas.

La Unión Europea cuenta con un pasaporte fitosanitario consistente en una etiqueta y un documento de acompañamiento ♦

RIO ERESMA
viveros

Campos de fresa por siempre

VIVEROS RIO ERESMA, S.L.
Paraje Quintanas s/n
40280 Navalmanzano (Segovia)
Tel: 921 575 195 - Fax: 921 575 349
viveros@rioeresma.com

www.rioeresma.com



Especializados
en el transporte
y logística de
frutas y verduras

Cumplir con
nuestro objetivo,
nos impulsa a
llegar mas lejos



Realizamos la
operativa
logística a tem-
peratura
controlada

¿Tienes un porte
complicado o
muy urgente?

¡Ponnos a
prueba!



+34 959 402 661

Primera campaña de información conjunta impulsada por productores europeos para relanzar el consumo de frutas.

FruitVegetablesEurope desarrolla esta iniciativa hasta 2021.

La eurodiputada Clara Aguilera, junto a representantes de FrutasHortalizasEuropa (Eucofel), la Asociación Europea del Comercio de Frutas y Hortalizas, ha presentado la primera campaña de promoción genérica de frutas y hortalizas europeas realizada hasta la fecha, impulsada conjuntamente por asociaciones nacionales del sector en España, Francia, Polonia y Grecia. La sede de la Eurocámara acogió la presentación de esta campaña, denominada 'CuTE: Cultivando el sabor de Europa', que cuenta con el apoyo financiero de la Unión Europea (UE).

En el acto de presentación de la campaña 'CuTE: Cultivando el sabor de Europa', intervinieron los responsables de FruitVegetablesEurope (Euofel), organización promo-

tora de esta campaña, encabezados por su presidente, Juan Marín; de las organizaciones miembros de esta asociación, entre ellas Fepex, con la intervención de su presidente Jorge Brotóns; así como de las asociaciones que forman parte de la campaña: Aproa (Almería), Tomates et Concombre de Francia y AOP Fraises de Francia, la asociación nacional de organizaciones de productores de frutas y hortalizas de Polonia, Kzggpoiw, contándose también con la representación de productores de Grecia de las asociaciones Incofrut y Hellas. A continuación se presentó el 'Eurotour', un invernadero móvil que partirá de Bruselas y viajará por diferentes ciudades europeas para mostrar el modelo sostenible de producción europeo.

'CuTE: Cultivando el sabor de Europa' es la primera campaña europea de información y promoción de frutas y hortalizas europeas, promovida por los productores europeos y la UE para aumentar el conocimiento de los métodos específicos de producción agrícola de frutas y hortalizas (de invernadero y al aire libre) y las características de las mismas (variedad, calidad y sabor) en el mercado interior.

FruitVegetablesEurope (Eucofel) es la Asociación Europea de Frutas y Hortalizas que defiende, representa y promueve las frutas y hortalizas europeas. Sus miembros son federaciones y asociaciones nacionales y regionales (principalmente organizaciones y asociaciones de productores) ♦

/ Folletos a Todo Color /
/ Carteles /
/ Impresos Comerciales /
/ Revistas /
/ Edición de Libros /
/ Impresión Digital /

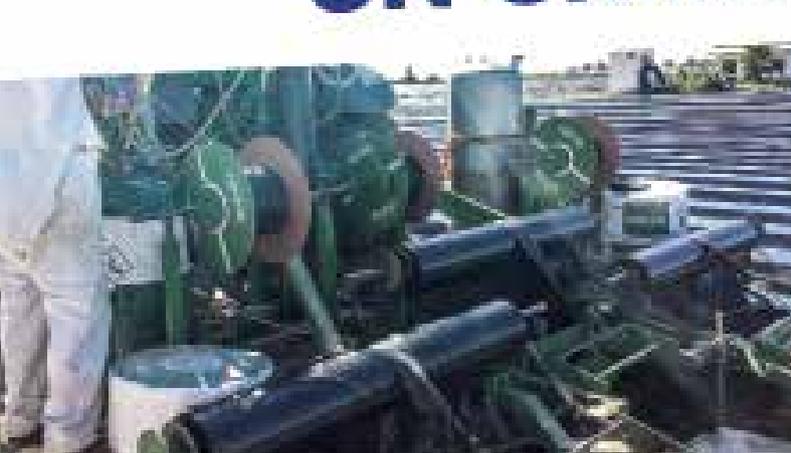

bonanza
artes gráficas

Polígono Pavipresa, naves 8-9 Huelva T 959 229 661 • 959 220 151 - F 959 229 697 e-mail: presupuestos@agbonanza.es



TRIPICRIN

UN GRAN PRODUCTO



Desinfección localizada al efectuar los lomos de cultivo



Desinfección a todo terreno en continuo

CON TODA LA SEGURIDAD DE UNA CORRECTA APLICACIÓN Y DE GRANDES RESULTADOS



Lomos desinfectados localizadamente con **Tripicrin**



Respuesta de frutales a la desinfección de suelos con **Tripicrin**

 **TRIS**
HISPANIA

TRIS HISPANIA, S.L.
Calle de Orense, 25-4A
28020 Madrid
info@trisinternational.com

Distribuidor oficial

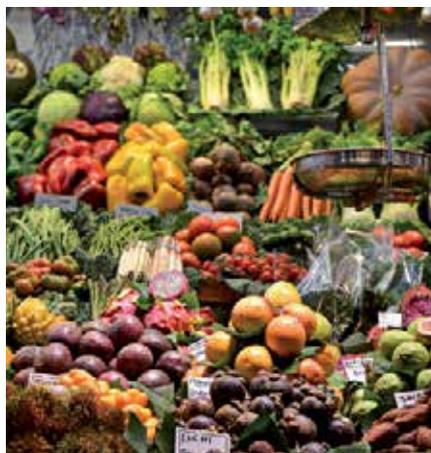
 **agrofresas**

P.L. Algarrobito, parc. 49-50
21800 Moguer, Huelva
959 372 443
www.agrofresas.com

En marcha el grupo de expertos del Observatorio de mercados de frutas y hortalizas de la Comisión. Fepex formará parte de esta iniciativa que tiene como objetivo dar una mayor transparencia al sector.

El Observatorio del mercado de frutas y hortalizas, cuya constitución fue anunciada por la Comisión Europea con el objetivo de dar más transparencia a este sector, ha empezado a dar los primeros pasos, con la constitución de un grupo de expertos, en el que participará Fepex a través de FruitVegetablesEurope, asociación en la que está integrada y representa los intereses de los productores y comercializadores europeos.

La Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea ha designado ya las organizaciones que formarán parte del 'Economic Board of the European Market Observatory for Fruit and Vegetables', el grupo de expertos que aportará información de primera mano a esta Dirección sobre la situación del mercado, inclui-



dos datos y aportará asesoramiento y experiencia.

El grupo complementará el actual Grupo de Diálogo Civil sobre Horticultura, Aceitunas y Espirituosos, que es un foro de discusión

política entre la Comisión y las partes interesadas.

El 'Economic Board of the European Market Observatory for Fruit and Vegetables' forma parte, como su nombre indica, del Observatorio de frutas y hortalizas, cuya constitución fue anunciada por la Comisión Europea junto con el del vino, con el objetivo de poner a disposición del sector europeo la mayor información posible y dotarle de una mayor transparencia.

Según la Comisión, el Observatorio aportará información online, especialmente datos de mercado, análisis de mercados, informes de previsiones a corto plazo y perspectivas a medio plazo, en línea con lo que ya se hace en los sectores de cereales, azúcar, carne y leche ♦



Mejora tu producción de fresa, espárrago y frambuesa

Vivero de altura en la provincia de Segovia

Más de 30 años de experiencia en el sector

Las variedades más competitivas del mercado





Este también es tu sitio

El Plan Estratégico apuesta por una provincia excelente, bien comunicada, innovadora e igualitaria. Con sus 100 proyectos y casi 500 actuaciones, hemos marcado una hoja de ruta para conseguir la Huelva que todos soñamos.

Este también es tu sitio. Este también es tu Plan.
www.estrategiaprovincialhuelva.com



El Gobierno actualiza la normativa sobre uso sostenible de productos fitosanitarios.

La nueva norma promueve la gestión integrada de plagas y el empleo de planteamientos o técnicas alternativos.

El Consejo de Ministros ha aprobado, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, un Real Decreto que actualiza la normativa sobre el uso sostenible de productos fitosanitarios.

La nueva norma modifica el Real Decreto 1311/2012, en el que se desarrollan las disposiciones de la normativa comunitaria relativas al uso sostenible de los productos fitosanitarios, con objeto de reducir los riesgos de su utilización para la salud humana y el medio ambiente. También promueve la gestión integrada de plagas y el empleo de planteamientos o técnicas alternativos, dentro del marco de la normativa de la Unión Europea, que permitan reducir la dependencia de los agricultores del uso de plaguicidas.



La principal novedad que introduce el Real Decreto aprobado consiste en la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva (UE) 2019/782 de la Comisión. En ella se establece un método de cálculo para producir unos indicadores de riesgo, armonizados para toda la Unión Europea, que permiten calcular los posibles riesgos derivados del uso de plaguicidas, combinando

los datos existentes sobre comercialización de productos fitosanitarios y sobre las sustancias activas de los mismos.

Estos indicadores de riesgo armonizados, que se recogen en el nuevo anexo del Real Decreto, permiten mejorar el seguimiento del cumplimiento de los objetivos marcados por la Directiva 2009/128 sobre el uso sostenible de los productos fitosanitarios.

Asimismo, se establece un plazo anual para la publicación de los indicadores de riesgo armonizados a través de la página web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Este Real Decreto que entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el BOE, surte efecto desde el 5 de septiembre de 2019 ♦

V I V E R O S fresancho



Si el producto es biodegradable, ¿por qué no el embalaje?

Smurfit Kappa
**Better Planet
Packaging**

Además de servir como soporte publicitario para la conservación, protección y transporte de frutas y verduras, el embalaje agrícola de Smurfit Kappa es completamente respetuoso con el medioambiente. El papel, materia prima de la que están hechas nuestras soluciones de embalaje, es 100% biodegradable, reciclable y renovable, no dejando residuos que perjudiquen nuestros fondos marinos ni la tierra que las generaciones venideras usarán para vivir y cultivar.

» Descubre cómo puedes liderar el cambio por la sostenibilidad en nuestro stand de **Fruit Attraction (Pabellón 9, Stand 9D14)**





Freshuelva colabora con el Campeonato Nacional de Padbol

Los arándanos Southern Sun de la empresa asociada de Freshuelva Euroberry han estado presentes en el Campeonato Nacional de Padbol que se ha celebrado entre los 26 y 28 de septiembre en la Plaza de las Monjas de Huelva capital. De esta forma, Freshuelva ha colaborado con este importante evento a nivel nacional que ha congregado en Huelva a los jugadores más destacados de este deporte, en el que España destaca a nivel internacional y en el que los mallorquines Juan Alberto Ramón y Juan Miguel Hernández han sumado su quinto título de campeones de España consecutivo (uno de ellos, por clubes) en Huelva.

Descubre las innovaciones en fertirrigación de Berries.

En Gat Fertilíquidos creemos en una solución personalizada para cada cliente. Por eso, adaptamos en nuestro **laboratorio propio** el fertilizante líquido preciso a la medida de su cultivo de berries (CE, pH y concentración de nutrientes). Gracias a nuestro asesoramiento técnico podemos configurar una o dos soluciones nutritivas (50% + 50%), que le enviaremos en 24h en su cabesal de negro.



FERTILÍQUIDOS

- Huelva 959 362 002
- Badajoz 924 447 914
- Almería 950 587 456

Gat
Comprometidos con su Éxito

info@gatfertilquidos.com www.gatfertilquidos.com



El arándano, aliado de la lucha contra el alzheimer. Un estudio destaca que sus antocianinas pueden tener no solo efectos antioxidantes, sino también antiinflamatorios e incluso evitar la muerte celular.



Los arándanos son protagonistas de numerosos estudios que han relacionado su ingesta con potenciales beneficios para la salud por su capacidad antibacteriana y antienviejimiento (son ricos en antioxidantes en forma de vitamina C y flavonoides). Desde su utilización para mantener a raya las infecciones de orina a su potencial para reducir el riesgo de hipertensión, gingivitis, disfunción eréctil y cáncer.

La última investigación sobre esta 'superfruta', presentada en una reunión de la Sociedad Americana de Química, concluye que podría utilizarse como otra arma más en la batalla contra el alzhéimer. "Nuestros resultados corroboran estudios previos en animales y preliminares en humanos y apoyan la idea de que los arándanos pueden tener un beneficio real en la mejora de la memoria y la función cognitiva en algunos adultos mayores", ha señalado el doctor Robert Krikorian, líder del estudio.

Este experto achaca los efectos beneficiosos del arándano a su contenido en antocianinas, un tipo de flavonoide, que ya han demostrado que mejoran la función cognitiva en animales.

"El arándano, como todas las frutas, contiene fructosa y en menor cantidad glucosa, además de compuestos bioactivos como las antocianinas que pueden tener no solo efectos antioxidantes, sino también antiinflamatorios e incluso mediar en mecanismos antiapoptóticos, lo que significa que estas sustancias estarían implicadas en el bloqueo de la destrucción o muerte celular provocada por el propio organismo», según la doctora Ascensión Marcos, de la Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética (Fesnad).

"La cantidad de arándanos que se debería ingerirse para notar sus posibles efectos beneficiosos no está clara ni mucho menos. Hay estu-

dios en animales de experimentación y algunos en humanos, sobre todo lo que tiene que ver con infecciones del tracto urinario, pero no hay conclusiones tajantes de su utilidad, porque dependerá de la cantidad ingerida y el tiempo de consumo".

Donde sí se recomienda desde hace años es en las consultas de urología, en pacientes, mujeres y hombres, con infecciones urinarias de repetición, como parte de un protocolo preventivo, que incluye también otras medidas de higiene.

El arándano contiene proantocianidina tipo A, que elimina el E.coli a nivel intestinal e impide que la bacteria se pegue a la pared de la vejiga.

Aunque las múltiples propiedades que se le atribuyen hayan elevado al arándano, mediáticamente hablando, a la categoría de 'superfruta', la literatura todavía es muy escasa, sobre todo en humanos, por lo que no se puede adjudicar a ninguna fruta aún ningún efecto milagroso ♦



Welfrio Spain

el camino más Inteligente

Una empresa con mucho camino por delante

Welfrio Spain, S.L. es una empresa de logística de reciente creación con una filosofía empresarial basada en un afán de superación que nos permite satisfacer de lleno las necesidades de nuestros clientes y exceder sus expectativas con un servicio de calidad, competitivo, económicamente eficiente y respetuoso con el medio ambiente, alcanzando el nivel más avanzado (High level) en las normas UNE-EN ISO 900:2015 e IFS Logistics.

A company with a long road ahead

Welfrio Spain, S.L. is a recently established logistics company; our philosophy is based on a desire to excel. We fully meet the needs of our customers and exceed their expectations with high-quality, competitive, cost-effective and environmentally friendly service reaching the highest level of standards UNE-EN ISO 900:2015 and IFS Logistics.





Gestiones empresariales

- Declaraciones INTRASTAT
- Documentación para el registro sanitario y APPCC
- Subvenciones y escritos de descargo de denuncias
- Defensa de los intereses de los asociados
- Gestiones ante organismos oficiales
- Asesoramiento en programas operativos

Asesoramiento e información

- Planes generales de higiene
- Asesoramiento en certificaciones y normas de calidad
- Asesoramiento en organizaciones de productores
- Precios, tonelajes y evolución de mercados
- Información meteorológica
- Producción integrada y sistemas de trazabilidad
- Temas fitosanitarios y LMR
- Novedades fiscales, laborales o económicas
- Estudios sobre proyectos empresariales

Información de Precios y Mercados

- Delegación de FRESHUELVA en Perpignan
- Sistema de Información de Mercados (SIMAG)

Atención laboral

- Contratación en origen
- Gestión de NIEs
- Fondo solidario sepelios trabajadores extranjeros

Formación

- Cursos de formación multidisciplinares
- Formación higiene alimentaria
- Atención personalizada

Divulgación

- Jornadas técnicas
- Ferias y Congresos
- Publicaciones y manuales

Ventajas económicas

- Gestión de análisis de residuos gratuitos
- Búsqueda de ofertas y tarifas reducidas de distintos servicios

Bolsa interna

- Compras en común de *input*
- Mercado interno de compra/venta





Amplia gama
de fórmulas



Completamente
soluble en agua



Libre
de cloruro



100% de nutrientes
puros para las plantas

Poly-Feed™ GG

Fertilizantes NPK Solubles
para la completa nutrición de las plantas
Nutrigación™ | Nutrición Foliar

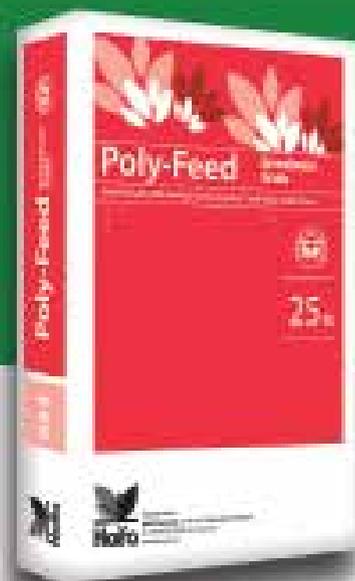


Pioneering the Future.
www.haifa-group.com



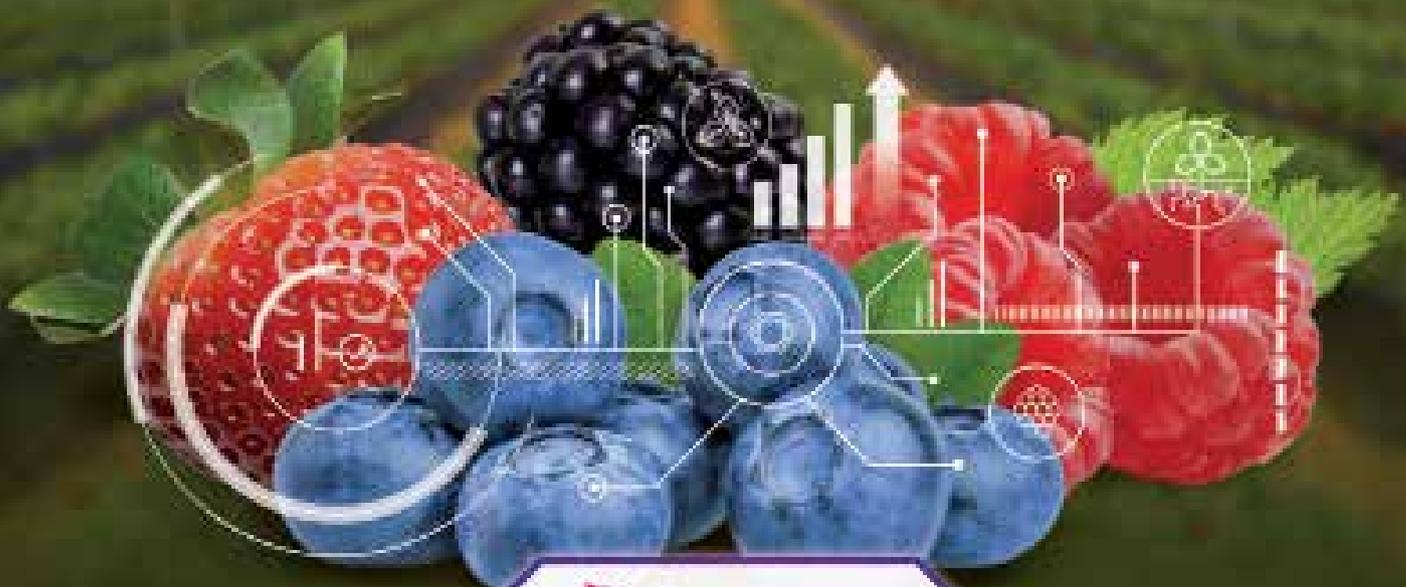
Nos vemos en:
fruit attraction
MIL EXHIBICIONES DEL SECTOR DE
FRUTAS Y HORTALIZAS

Visítanos
Hall: 8
Stand: 00148



Tecnología natural

Berries



 **Septum**

 **Amicos MC**

 **Kynetic4**

 **BT 32**
SEIPASA

 **Amicos SEC**

 **Seiland**

 **Multisei**

Biopesticidas • Bioestimulantes • Fertilizantes



Fruit Attraction
Fabelle 7 - Stand 1012
22 - 24 October 2019
MADRID



Bioestimulantes
World Congress
Stand 106
10 - 21 November 2019
BARCELONA

Infórmate sobre nuestras soluciones en:
tel. 962 541 163 • consulta@seipasa.com
www.seipasa.com •     


seipasa®
natural technology