

# freshuelva

ABRIL 2021

# 54

## **El temporal de comienzos de año lastra la campaña de frutos rojos**

---

*Freshuelva celebra la apertura del mercado  
de Canadá para la fresa*

---

*Los berries onubenses estarán presentes en  
la próxima edición de Fruit Attraction*

---

*El 6º Congreso de Frutos Rojos se celebrará  
el 15 y el 16 de septiembre*

---



# Sumario

Primera plana **4** A fondo **8** Es noticia **14**  
Protagonistas **50** De cerca **54**  
Marco técnico **80** Rostros **92**  
A ciencia cierta **96** Servicios Freshuelva **98**



## ¿Sabías que...

la fruta de la primavera es la más variada y sabrosa del año? Si bien, por antonomasia, la reina de las frutas de esta época del año es la fresa. Según las variedades, florecen desde finales del invierno hasta principios del verano, por lo que los frutos maduran durante toda la primavera y bien entrado el verano. En Huelva hay variedades que dan fruta desde finales de diciembre.



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

Los datos postales de nuestros lectores son almacenados en una base de datos que garantiza las medidas oportunas para prevenir la seguridad de la información personal aportada. El usuario tiene derecho a acceder a esta información, a rectificarla, si los datos son erróneos, y darse de baja del fichero. Si no desea seguir recibiendo la Revista Freshuelva, puede comunicárnoslo mediante un correo electrónico a la dirección [administracion@gestocomunicacion.com](mailto:administracion@gestocomunicacion.com) y será dado de baja en nuestra base de datos.

John Deere 5075 E versión 2020.75CV DT  
en versión fresero y estándar

**Dos tractores en uno**



JOHN DEERE

**¡John Deere,**  
lo más fiable!



Con inversor hidráulico,  
el más versátil en **frutos rojos**.

Precio especial  
**31.800 €**  
+I.V.A.

**Financiación especial por John Deere Financiamiento en 6 años**  
al 1,99 % primer pago junio de 2022.  
Oferta válida hasta agotar existencias.

666 416 903  
666 416 891  
666 416 890

**AGRIFUSA HUELVA**

Parque Huelva Empresarial  
Avda. del Jamón Nave 10-2.  
21007 Huelva  
959 353 077  
[www.agrifusa.com](http://www.agrifusa.com)



**NOVEDAD**

**LA SERIE 6M:  
AHORA CON AUTOPOWER™**



**MÁS COMODIDAD,  
MENOS COMBUSTIBLE**

Disfrute de una potencia a través de una variedad infinita de velocidades entre 50 m/h y 40 km/h. A la máxima velocidad, las r. p. m. descienden automáticamente al consumo más eficiente de combustible, con el menor ruido. AutoPower™ mantiene la velocidad seleccionada respondiendo automáticamente a las variaciones de carga.



**PULVERIZADORES JOHN DEERE  
PARA CULTIVOS ESPECIALES**



**FABRICADO PARA CONSEGUIR  
MEJORES CULTIVOS**

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

**Una eficiencia jamás vista.**

[WWW.AGRIFUSASA.COM](http://WWW.AGRIFUSASA.COM)

**AGRIFUSA**  
concesionario Oficial

**Maquinaria**  
de Seguridad, Mano



**Repuestos**  
Licencias

# MANUEL ALFARO

Presidente de Fruta de Andalucía y vocal  
de la Junta Directiva de Freshuelva



## “Hemos demostrado ser un sector muy maduro y muy preparado para seguir garantizando actividad, empleo y riqueza”

Manuel Alfaro lleva toda su vida entre fresones. Sus padres le inculcaron desde niño el valor de este cultivo y de una actividad que ha marcado toda su trayectoria personal. Perteneció a una de las familias pioneras en el cultivo de la fresa en la provincia de Huelva, cuando ni tan siquiera se usaban invernaderos, y ha transmitido este espíritu a sus propios hijos que continúan ya la segunda generación dentro de una empresa familiar -El Pilonar- que nació en el año 1986. Es por ello un testigo esencial de cómo se inició en la provincia de Huelva el despegue de esta fruta y de cómo luego el sector se abrió a nuevos cultivos como el arándano, la frambuesa o la mora. También ha sido protagonista de la capacidad del sector de los frutos rojos de Huelva para unirse. En 2014 fue uno de los socios que promovió la creación de la cooperativa Fruta de Andalucía, empresa que preside en la actualidad y que forma parte de Freshuelva, de cuya junta directiva Manuel Alfaro es vocal.

### ¿Cómo describiría la situación que se ha vivido en el último año en el sector de los berries?

Las dos palabras que mejor definen todo a lo que nos hemos enfrentado es 'año inédito' o 'campana inédita'. Todo lo que nos ha pasado durante este tiempo ha sido completamente nuevo y muy peculiar. La situación de la pandemia por la Covid-19 nos ha impactado, como es lógico, en la actividad diaria del cultivo y en la comercialización de los frutos rojos. La incertidumbre que llegamos a vivir por el comportamiento de los mercados y del consumidor en la primera etapa de incidencia de la Covid-19 se trasladó a un ámbito esencial para nuestro sector, como es el ámbito laboral. Tuvimos serios problemas para disponer de la mano de obra necesaria y solo el esfuerzo y el tesón de las empresas de berries de la provincia de Huelva nos ha permitido garantizar la actividad y la presencia de frutos rojos en todos los mercados.

### De toda experiencia complicada, hay que extraer un aprendizaje. ¿Qué cree que ha aprendido el sector de los frutos rojos en esta campana afectada por la Covid-19?

Las empresas que conformamos el sector de los frutos rojos en la provincia de Huelva hemos demostrado tener una alta capacidad de reacción y de adaptación a los tremendos cambios que hemos tenido que afrontar por culpa de la pandemia. Esto debe ser nuestro gran aval para defender la actividad que desarrollamos y la fuerza de las empresas de nuestro sector para abordar e integrar cualquier situación de crisis que se nos pueda venir encima en cada momento. Hemos demostrado ser un sector muy maduro y muy preparado para seguir garantizando actividad, empleo y riqueza, gracias al esfuerzo para que nuestros productos no faltaran ni un solo día en los mercados, a pesar de todas las dificultades.

### ¿Cómo debería afrontar el sector la presente campana? ¿Cuáles cree que son los retos a los que se deberá enfrentar?

La incertidumbre sobre la situación que nos provoca la pandemia, las medidas y acciones que hemos tenido que integrar en nuestro día a día o las dudas sobre la disponibilidad de toda la mano de obra que necesitamos son aspectos que siguen estando ahí. A todos estos aspectos hay que sumar que el consumo de frutos rojos no está alcanzando los niveles que necesitamos y que los precios ni mucho menos son como mínimo aceptables. Por todo ello, los retos siguen estando también en estas dos variables que inciden directamente sobre nuestra actividad.

### ¿Cuáles cree que son los principales cambios que se van a producir en los hábitos de consumo y cómo puede adaptarse a ellos el sector?

El consumo de alimentos saludables ya estaba en crecimiento y la situación generada por la Covid-19 ha consolidado de forma definitiva la importancia que los consumidores dan a la compra de productos que aporten un beneficio real a la salud. Desde nuestro sector tenemos que seguir incidiendo con toda la fuerza que podamos porque, además, tenemos una ventaja competitiva. Nuestros fresones, arándanos, frambuesas y moras integran máxima calidad y múltiples propiedades para proteger nuestra salud, reforzar nuestro sistema inmunológico y prevenir enfermedades. Y sobre esto debemos poner todo nuestro foco, sin olvidar también todos los aspectos relacionados con la producción ecológica, que sigue teniendo un valor indudable para los mercados.

### ¿Qué balance hace de la situación actual de la campana?

La campana 2020-2021 está siendo muy compleja. A todo lo relacionado con la gestión de la pandemia hemos tenido que

sumar unas condiciones meteorológicas absolutamente cambiantes en los extremos. Tuvimos en el mes de noviembre unas temperaturas excepcionales que adelantaron el inicio la campaña y pasamos de golpe a mucho frío durante semanas consecutivas que nos paró la producción en seco. Nos hemos enfrentando a demasiados días sin luz suficiente, sin temperaturas óptimas y a cambios continuos sobre las condiciones que permiten que nuestros cultivos se desarrollen de forma óptima en cada momento de la campaña. En su conjunto, y hasta mediados del mes de abril, la producción está siendo menor y los precios están por debajo de unas expectativas mínimas.

**¿Cómo presidente de una cooperativa como Fruta de Andalucía, ¿qué cree que pueda aportar usted al sector desde la Junta Directiva de Freshuelva?**

Experiencia en el sector de los frutos rojos y en el ámbito de la unión e integración de empresas. Mis padres fueron de los primeros en iniciar el cultivo de fresas en la provincia de Huelva y nos enseñaron desde niños el valor de esta actividad. Gracias a ello en el año 1986 pude comenzar mi andadura con la empresa familiar y desde entonces no hemos parado ni un solo año. Desde el año 2014 estamos inmersos en este gran proyecto que es la cooperativa Fruta de Andalucía, una cooperativa que reúne a un grupo de empresas que producimos 38.000 toneladas de frutos rojos con una superficie total de 1.200 hectáreas de cultivo donde trabajan más de 5.000 personas.

**¿Cómo cree que debe afrontar actualmente el sector la promoción de sus productos, ante la incertidumbre de la**

**celebración presencial de ferias como Fruit Logística o Fruit Attraction?**

Mientras no podamos salir y mantener encuentros presenciales y participación en ferias profesionales y sectoriales, el trabajo tiene que estar centrado en campañas genéricas y globales que incidan en la importancia que para la salud tiene el consumo de frutos rojos. Los medios de comunicación y las redes sociales son ya esenciales en este trabajo y debemos apoyarnos en los muchos prescriptores que están fomentando una alimentación saludable con una fuerte presencia del consumo e ingesta de frutas. La comunidad científica ya ha reconocido la capacidad de los frutos rojos para cuidar la salud y ya ha demostrado que son los alimentos más completos en antioxidantes y con más capacidad para prevenir múltiples enfermedades. Pero al reconocimiento, le sucede el conocimiento. Y en ello debemos poner todos los focos ahora.

**¿Qué cree que aporta al sector un evento de la importancia del Congreso Internacional de Frutos Rojos?**

El Congreso que organiza Freshuelva es un evento imprescindible para el sector de los frutos rojos de Huelva. Nos aporta posicionamiento y tener un punto de encuentro esencial con las empresas con las que interactuamos y que están vinculadas de forma directa con nuestra actividad. Cada vez hay más empresas con productos y servicios necesarios para la actividad que desarrollamos y con propuestas nuevas en campos como la sostenibilidad, la innovación o la calidad. De ahí que sea clave tener un espacio que sirva de encuentro para todo el sector.



**For Earth, For Life**  
Kubota



**Kubota por fuera**  
**Kubota por dentro**

**AGRACOR, S.L.**

Autovía H-30, Km. 2 - 21500 Gibraleón  
Tfno.: 959 30 08 36  
ventas@agracor.es / recambios@agracor.es



Pon el futuro  
del negocio de tus Arándanos  
en el camino hacia el éxito.

La innovadora tecnología **Blueberry Vision 3** de UNITEC  
cuida de tus Arándanos y de tu negocio.

En UNITEC, estamos acostumbrados a ocuparnos de tu futuro, con tecnologías de vanguardia, inteligentes y automáticas, para asegurar Resultados importantes y concretos, a lo largo del tiempo.

Con **Blueberry Vision 3** tus Arándanos tienen más valor.

Nada ha sido dejado al azar gracias a una eficaz y completa clasificación de las cualidades: calidad interna (fruto blando), calidad externa, defectos de forma, además del calibre óptico y del color. Porque tu negocio requiere seguridad. Y un futuro luminoso.

Entra en el mundo UNITEC. Pondrás el futuro de tu negocio en el camino hacia el éxito.



**BLUEBERRY VISION 3**  
Unitec Technology



**UNITEC**  
We work for your results



# Las adversidades climáticas frenan un 50% la producción de berries en esta campaña

*La humedad, el frío y la falta de luz han provocado el desabastecimiento de los mercados de frutos rojos en los primeros meses del año de una campaña, marcada también por unos precios a la baja.*



La campaña de la fresa en la provincia está siendo una de las que más adversidades está afrontando de los últimos años.

**E**l sector de la fresa y los frutos rojos de la provincia de Huelva afronta la campaña más complicada de su historia. A las imprevisibles consecuencias derivadas de la pandemia de la Covid-19 y a la adaptación a la nueva situación de la comercialización de berries con Reino Unido, toda vez que se ha consumado el Brexit, se han unido unas adversidades climáticas que han dado al traste con la producción de fresas en las primeras semanas de la campaña, registrándose un desconocido descenso, ya que hasta febrero se había producido un 50% menos que en campañas anteriores, provocado, mayormente, por la excesiva humedad, falta de luz y bajas temperaturas que han marcado las primeras semanas del año en Huelva.

De la misma forma, el sector se ha visto perjudicado por el cierre de algunos mercados internacionales como el alemán o el francés, que tradicio-

nalmente reciben la fresa onubense y que han sufrido el confinamiento en las últimas semanas, así como el del italiano, “que ha decidido apostar por el consumo local”, ya que estos países también son productores. Igualmente, las restricciones en España, con los cierres perimetrales, “han complicado la distribución y el buen comercio de los berries”, según apuntó el gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez.

La campaña de la fresa también está viendo afectada su distribución en el Canal Horeca, al igual que la frambuesa, sobre todo durante la Semana Santa, una época de gran consumo de frutos rojos en diversas zonas del país, como la Costa del Sol “que tradicionalmente recibe mucho turismo internacional en esas fechas y solicitan los berries de la provincia, ya que sus clientes los toman durante el desayuno”.

Domínguez resaltó que también el norte de España demanda los frutos rojos de Huelva, sobre todo el arándano, “porque son productos que están muy integrados en su gastronomía, como por ejemplo en el País Vasco”.

Ahora, en el ecuador de la campaña, y en las fechas en las que comienza “el mejor momento para la fresa”, confió en que el consumo se reactive, aunque también tendrán que competir con la fruta de hueso y con una climatología que esta primavera “puede dificultar y dañar los cultivos, debido a los cambios bruscos de temperatura y las lluvias”.

Asimismo, Domínguez confió en “que la gran distribución” tenga en cuenta a los frutos rojos, ya que, además, “es la que determina al final el precio de la fresa, porque es la que tiene mayor disponibilidad”. Por ello, recordó que Freshuelva está intentando “que las cadenas respeten una ética con respecto a los precios y no los tiren”.

En este punto, señaló que, de cualquier manera, ahora queda ver la evolución de la campaña en otros países “como por ejemplo en Francia”, ya que las heladas que están sufriendo están retrasando su producción, lo que podría beneficiar a la española.

### Precios a la baja

De momento, los precios de la fresa no auguran una campaña muy positiva, si bien parece que en las últimas semanas se ha roto la tendencia bajista iniciada a mediados de febrero con un ligero repunte de su cotización, aunque se trata de cotizaciones inferiores a las registradas en la misma fecha en las dos campañas anteriores, según el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía.

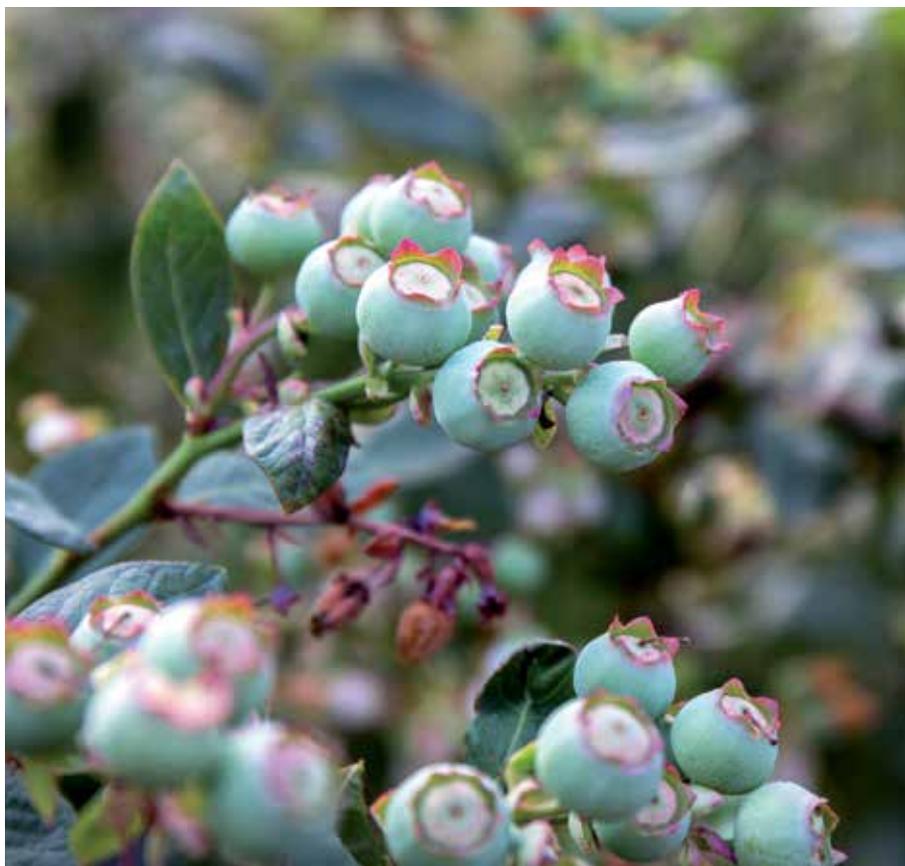
Se estima que desde el comienzo de la campaña actual de la fresa se lleva comercializado alrededor del 60,9% de lo que se espera comercializar en el total de la campaña, en comparación con la producción de campañas anteriores.

Por otra parte, el informe también detalla que la frambuesa continúa su evolución negativa que comenzó a mediados de marzo, pero mantiene precios por encima de las alcanzadas en la misma semana de las dos campañas anteriores.

La tendencia bajista alcanza incluso a la primera semana de abril, en que se registró un nuevo descenso de un 10,9% en el precio de la frambuesa respecto a la semana anterior. No obstante, como viene ocurriendo a lo largo de la presente campaña, seguimos hablando de precios más elevados que los registrados en 2020 y 2019.

Por su parte, los precios del arándano han entrado en una dinámica de descenso en los precios, aunque registran valores superiores a los de las mismas semanas de las dos campañas precedentes. Los precios medios en origen del arándano volvieron a contraerse en la primera semana de abril con un 6,9% menor al de la semana anterior. No obstante, se trata de un precio un 9,5% superior a la campaña anterior y hasta un 25,5% por encima de la cotización de hace dos campañas.

Se calcula que desde el comienzo de la campaña 2020/21 se lleva comercializado del orden del 18,5% de lo que se espera en el total de la campaña, a juzgar por la producción media comercializada en las dos campañas anteriores.



La campaña del arándano ha comenzado con buenas sensaciones.



Las frambuesas están teniendo una campaña muy regular.

# La Junta aumentará el número de mediadoras interculturales para la campaña fresera

*El consejero de la Presidencia visita la provincia de Huelva para respaldar el Prelsi impulsado por Interfresa.*

**E**l consejero de la Presidencia, Administración Pública e Interior, Elías Bendodo, ha avanzado durante una visita a la provincia de Huelva que la Dirección General de Políticas Migratorias está trabajando para aumentar el número de mediadoras interculturales que aporta el Gobierno andaluz para acompañar a las mujeres marroquíes desplazadas a la provincia de Huelva con motivo de la campaña agrícola de frutos rojos 2020-2021.

Así lo trasladó el consejero durante la firma del convenio de colaboración con el presidente de Interfresa, José Luis García-Palacios, para seguir respaldando el Plan de Responsabilidad Ética, Laboral, Social y de Igualdad (Prelsi) que en cada temporada pone en marcha la asociación.

El titular de la Consejería de la Presidencia precisó que el Gobierno andaluz quiere ampliar el número de mediadoras interculturales que forman parte del Plan Prelsi que, de manera coordinada con los consultores de integración dependientes de Interfresa, asisten, respaldan y apoyan a las casi 18.000 mujeres marroquíes que trabajan cada temporada en la campaña de los frutos rojos en Huelva, para favorecer y conseguir su plena integración.

“Se trata de ayudar a quien nos ayuda”, afirmó el consejero, que subrayó que con el convenio que ha firmado con Interfresa, el Gobierno andaluz quiere reforzar su papel y renovar su compromiso con el campo onubense, contribuyendo a conseguir un escenario de cooperación con los máximos niveles de respeto, ética laboral y compromiso social.

Bendodo indicó que Andalucía tiene dos motores económicos en el turismo y la agricultura; y que ahora, por la pandemia de la Covid-19, “volamos solo con uno de esos motores, el agroalimentario, por eso tenemos que seguir potenciándolo”.

Así, el consejero de la Presidencia recalcó el compromiso máximo que mantiene el Gobierno andaluz con la agricultura y, de hecho, recordó que “en todos los consejos de Gobierno aprobamos al menos un acuerdo que



Elías Bendodo durante la visita a la provincia de Huelva.

beneficia al campo andaluz porque, además, es una instrucción que le tiene dada el presidente, Juanma Moreno, a la consejera de Agricultura, Carmen Crespo”.

“El campo andaluz no es una bandera. Si no hay presupuesto o si no se respaldan y aprueban medidas como la que firmamos ahora, los anuncios se quedan en aguas de borrajas”, agregó Elías Bendodo.

## Los frutos rojos en datos

El sector andaluz de frutos rojos generó unas exportaciones en 2020 que alcanzaron los 1.028 millones de euros, con un superávit comercial de 1.020 millones. Andalucía exporta frutos rojos a los mercados internacionales seis veces más de lo que importa, cifra que

crece hasta diez veces más en la provincia de Huelva.

Además, la provincia onubense acumula un total de 158 empresas andaluzas exportadoras a mercados exteriores de las 221 firmas que hay en toda la comunidad, y Huelva protagoniza casi el total de las ventas del sector en Andalucía con 1.098 millones y el 91% del total de exportaciones.

“Con estas cifras, hablamos de un sector que tenemos que proteger, que tenemos que mimar todos los gobiernos y que tenemos que potenciar para que siga siendo líder en el panorama internacional. Y esto conlleva cuidar a todos los agentes productivos que lo componen, que es precisamente lo que hace el Plan Prelsi, con el que todos ganamos”, zanjó el consejero de la Presidencia.

# Interfresa detecta intentos de abuso en precios de origen de la fresa y advierte de contundencia

*La interprofesional pide a los agricultores, empresas y cooperativas, que no cedan a las presiones de las comercializadoras y centrales de compra y que lo comuniquen a Interfresa en caso de sufrir estas prácticas.*

**L**a Interprofesional de la Fresa y los Frutos Rojos de Andalucía, Interfresa, ha denunciado intentos de compra de fresas a empresas y cooperativas bajo precios totalmente abusivos, prácticamente rozando los límites de la venta a pérdidas, situación esta ante la que permanecerá vigilante y actuará con contundencia en caso de agravarse o extenderse por parte de las comercializadoras y centrales de compra.

El intento de comprar, en el inicio del momento más importante de la campaña, fresas muy por debajo del precio en origen que deberían tener – alrededor de 1,40 euros el kilo cuando deberían ofertarse unos 3 euros el kilo o más-, “es una práctica que ronda el *dumping* y que la interprofesional no está dispuesta a tolerar, por lo que pide a todos los agricultores, empresas y

cooperativas, que en caso de ser víctimas de presiones en este sentido, que no cedan y lo comuniquen de inmediato a Interfresa para actuar en consecuencia”, defendió la interprofesional, que argumentó que “el agricultor debe tener conciencia de que su producto es valioso y merece recibir por él un precio justo, un precio que le permita cubrir los muchos costes que supone su producción y percibir un beneficio suficiente para vivir dignamente y seguir invirtiendo en el futuro de su explotación, con el fin de incorporar innovaciones y alcanzar la excelencia”.

“Las prácticas de venta a pérdidas sólo consiguen devaluar el producto y el trabajo que este conlleva, incidiendo además negativamente en la percepción que el consumidor tiene de lo que está comprando. Interfresa no se muestra en contra de las promocio-

nes en el comercio final, pero si estas sirven para depreciar el producto, no es una promoción, sino un atentado al trabajo y la dignidad de los productores”, destacó Interfresa.

En este sentido, recordó que esta campaña no está siendo nada fácil. A las muchas limitaciones y restricciones que impone la situación de pandemia, se suman las temperaturas anormalmente frías que trajo Filomena y un otoño-invierno bastante húmedo y con pocos días de sol, lo que ralentiza notablemente la producción. Por tanto, “no es momento de ofertas abusivas ni de vender el producto como si nos encontrásemos en un gran pico de producción, porque no es así. Es momento de poner en valor un producto que está costando muchísimo sacar adelante y obtener por él un precio justo y realista”, puntualizó.

## El Consejo de Ministros nombra a Jesús Perea como nuevo secretario de Estado de Migraciones

*Ocupaba hasta el momento el cargo de director del Departamento de Información Autonómica de la Secretaría de Estado de Comunicación de la Presidencia del Gobierno y sustituye en el cargo a Hana Jalloul.*

**E**l Consejo de Ministros ha dado luz verde al nombramiento de Jesús Javier Perea Cortijo, a propuesta del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, como nuevo secretario de Estado de Migraciones. Perea sustituye en este cargo a Hana Jalloul Muro, nombrada en enero de 2020, que dejó el cargo hace una semana para concurrir a las elecciones a la Asamblea de Madrid, intengrando la lista del candidato socialista Ángel Gabilondp.

Jesús Perea era hasta el momento, desde febrero de 2020, director del Departamento de Información Autonómica de la Secretaría de Estado de Comunicación de la Presidencia del Gobierno.



Licenciado en Derecho por la Universidad de Castilla-La Mancha, Jesús Perea ha sido previamente diputado en las Cortes Generales (VII Legislatura), donde fue miembro de las Comisiones de Administraciones Públicas, Agricultura y Cooperación Internacional al Desarrollo, además de portavoz adjunto en la Comisión Mixta para las Relaciones con el Tribunal de Cuentas.

El nuevo secretario de Estado de Migraciones también ha sido director general de Administración Local de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha (2004-2011) y asesor en el Congreso de los Diputados y en el Gabinete de la Presidencia del Gobierno (2018- 2020).

# Carrefour comercializa 12.500 toneladas de fresas al año, el 90% producidas en Huelva

La compañía trabaja con 60 cooperativas que engloban a unos 150 productores de fresas de la provincia.

Carrefour comercializa al año 12.500 toneladas de fresa de origen nacional, el 90 por ciento de la provincia de Huelva. La cadena distribuye a través de Socomo, su central de compras hortofrutícola, 7.500 toneladas en sus establecimientos en España y las 5.000 restantes se exportan a países como Francia, Italia, Rumanía, Polonia y Emiratos Árabes.

La fresa que se ofrece hasta el mes de mayo procede de Huelva y la que se comercializa durante la campaña de verano procede de otras zonas de producción como Segovia, Valencia y Cataluña, según informó Carrefour en una nota de prensa.

La compañía trabaja en la actualidad con 60 cooperativas, las cuales a su vez pueden colaborar con hasta 150

productores locales. Entre ellas, destaca la cooperativa Santa María de Rábida, ubicada en la localidad onubense de Palos de la Frontera. Esta cooperativa es el mayor productor de fresas de Europa y trabaja con Carrefour desde hace 20 años. Además de fresón, la empresa de distribución comercializa arándano, frambuesa y mora producidos por este productor.

La cooperativa cuenta con la marca registrada 'Fresón de Palos', un proyecto que nace en 1982 y que hoy en día representa la unión de más de 150 socios y el trabajo, temporada tras temporada, de más de seis mil personas.

La campaña de Fresón de Palos se inicia con la obtención de la planta en viveros a bajas temperaturas, por lo

que en esta fase las fresas se cultivan en Castilla y León.

Una vez que las plantas están en el momento óptimo, se trasladan a Palos de la Frontera y se replantan en un entorno privilegiado, en más de 1.200 hectáreas de tierras arenosas, situadas sobre calizas terrosas; unas condiciones geológicas que, unidas a un suave clima y a un agua de excelente calidad para el regadío, constituyen las características idóneas para el crecimiento de un fresón de un tamaño, textura, color y sabor inigualables.

Carrefour es una compañía omnicanal, multiformato y multimarca que gestiona en España 205 hipermercados, 112 supermercados Carrefour Market, 910 Carrefour Express y 27 Supeco, además de comercio online.

EN FITOSANITARIOS Y BIOLÓGICOS DE PURA CEPA TENEMOS LA PALABRA

REGISTRO EXCEPCIONAL  
MOVENTO GOLD  
EN ARÁNDANOS

FLINT OÍDIO  
Luna SENSATION OÍDIO / BOTRYTIS  
FLIPPER PULGÓN  
SONATA OÍDIO  
MOVENTO GOLD PULGÓN  
SIVANTO PULGÓN  
SERENADE BOTRYTIS



**FLIPPER®**

*La solución*  
***natural***

*más*  
***potente***

*El mayor enemigo de  
pulgón, mosca blanca, ácaros y trips.*

 **BIOLÓGICOS  
DE PURA  
CEPA**

## El Ministerio de Agricultura comunica a Freshuelva la apertura del mercado canadiense para las fresas

*La empresa asociada Frutas Borja ha comenzado a exportar fresas desde la provincia al continente americano.*



Las fresas onubenses ya están llegando a Canadá.

**T**ras varios años de gestiones realizadas desde Freshuelva, conjuntamente con Fepex, el Ministerio español de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha confirmado la apertura del mercado canadiense a las fresas españolas, que pueden exportarse en esta misma campaña. La solicitud de Freshuelva a la apertura del expediente de exportación de fresas a Canadá, se completó con un dossier en el que colaboró la empresa asociada Frutas Borja, S.L. afincada en Almonte y desde donde ya se habían iniciado contactos con importadores canadienses muy interesados en nuestras fresas y berries.

Y es que el Gobierno español acaba de aceptar los requisitos establecidos por Canadá para la comercialización de fresas, que se ciñen a un certificado fitosanitario, sin declaración adicional, toda vez que la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) ha analizado toda la información proporcionada para el Análisis de Riesgo de Plagas para frutos de fresa por la Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria del MAPA. De esta forma, la CFIA iniciará el proceso de autorización de las importaciones del producto, que comenzará con un período de prueba de importación durante el cual el 100%

de los envíos de fresa española importada serán sometidos a inspecciones físicas al llegar a Canadá. Este período de prueba de importación tendrá una duración que dependerá de los envíos inspeccionados y la tasa de cumplimiento. La CFIA informará a España cuando finalice el período de importación de prueba, en el que también se normalizarán las tasas de inspección.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, recordó que una de las principales líneas de trabajo de la asociación es la apertura de nuevos mercados para los frutos rojos onubenses que posibilite continuar con el crecimiento y las posibilidades de expansión que tienen los berries, pero que tiene que ir de la mano de nuevas vías de comercialización y transporte.

La fresa es el cultivo más importante de la provincia de Huelva, con una producción de más de 250.000 toneladas en la pasada campaña, de la que se exporta al exterior más del 80%. El cultivo onubense hace frente desde hace años a una fuerte competencia procedente de países como Marruecos, Turquía y hasta los principales importadores, como son Alemania, Francia o Italia, en una fase final de la campaña onubense, lo que provoca, precisamente, que esta tenga que po-

ner su punto final en el mes de mayo, desde hace unos años.

Sin duda un mercado de la dimensión de Canadá podría absorber una cantidad importante de fresas españolas. Nuestro país, tendría que afrontar ahora el reto de diseñar la ruta comercial que propicie la llegada de la fruta a su destino lo antes posible y en las mejores condiciones de calidad y sabor.

Estas negociaciones para la apertura del mercado de Canadá se enmarcan en el acuerdo de libre comercio (CETA o Comprehensive Economic and Trade Agreement) firmado en 2017 por la Unión Europea y Canadá, en el que, a continuación, se abordarán los condicionantes para iniciar también la comercialización del arándano.

Precisamente el arándano contará también con la posibilidad de ser exportado a Brasil, una vez que han llegado a buen puerto las negociaciones llevadas a cabo también en este sentido entre los gobiernos español y brasileño, a petición de Freshuelva.

De las más de 250.000 toneladas de fresas españolas que se exportaron durante la campaña pasada, apenas 8.200 se destinaron a países fuera de la Unión Europea, precisamente por la falta de acuerdos comerciales como sí hay ahora con Canadá.

# EL Nitrato Potásico



**Multi-K™** de HAIFA, es la elección de los agricultores que cuidan la rentabilidad de sus cultivos. La Nutrigación™ de mayor pureza y solubilidad, junto con un asesoramiento técnico experto, para obtener una producción de la más alta calidad.



Calidad  
certificada



Pureza  
superior



Mejor  
solubilidad



Haifa Iberia

Tel: 91 591 2138 | E-mail: [iberia@haifa-group.com](mailto:iberia@haifa-group.com) | [www.haifa-group.com](http://www.haifa-group.com)



Pioneering the Future

# Crece la producción en Italia y desciende en España, mientras Francia nacionaliza su mercado interior

*El Grupo de Contacto hispano-franco-italiano de la Fresa se reúne este año vía telemática.*

**E**l Grupo de Contacto hispano-franco-italiano-portugués de Fresa se ha reunido mediante videoconferencia, estimando que en la campaña 2021 crecerá la producción en Italia un 9% y descenderá en España un 2%. Respecto a 2020, se coincidió en las dificultades ocasionadas por la Covid, especialmente la paralización del consumo durante los confinamientos, que en el caso de Francia se superó haciendo un llamamiento para que se consumiera producto nacional.

El sector francés, encabezado por el responsable de la Asociación de Organizaciones de Productores de Fresa de Francia, AOP Fraise de France, Xavier Mas, que agrupa en torno al 50% de la producción de fresa en Francia, destacó que la superficie en 2020 ha sido de 3.299 hectáreas, manteniéndose estable con relación a los últimos cinco años, y que la producción también se ha mantenido estable, situándose en 57.683 toneladas. Destacaron también que en 2020 y como consecuencia del confinamiento a causa de la Covid el consumo de fresa se retrajo al principio, “pero se hizo un llamamiento a la población para que consumiese producto nacional en la semana 12 que dio resultados positivos puesto que a partir del 24 de marzo de 2020 no había casi producto de importación en las grandes superficies”, añadiendo, además, que las importaciones retrocedieron en el periodo de marzo a mayo un 21% en volumen y un 10% en valor respecto a 2019. Sobre la campaña de este año, Francia confió en que no se adelanta, como ocurrió el año pasado, con volúmenes fuertes a partir del mes de abril, previendo que sea la semana 20, a mediados de mayo, cuando se alcance el pico de producción de la campaña. Las estimaciones de producción para los socios de la AOP de fresa para esta campaña son de unas 29.000 toneladas.

Los responsables del sector italiano, encabezados por Pietro Ciardiello, de la OI Ortofruttitalia, informaron de que en 2021 se prevé un incremento de la superficie del 9% respecto a 2020 y en consecuencia de la producción, si-



La reunión anual del Grupo de Contacto de la Fresa ha sido telemática.

tuándose las hectáreas cultivadas en 3.962. Explicaron que, a diferencia, de España, donde el grueso de la producción se ubica en Huelva, en Italia se cultiva en todo el país, aunque destacan las regiones de Basilicata y Campania, con el 50% de la superficie. El aumento de la superficie se producirá especialmente en las regiones del sur, con estabilización en la zona centro y ligero retroceso en el norte. En cuanto al comercio exterior, Italia dedica gran parte de su producción al consumo nacional, con lo cual el volumen de exportación no es muy elevado, situándose en 10.672 toneladas en 2020, un 17% menos que en 2019. En valor, las exportaciones italianas de fresa también se redujeron un 6% situándose en 30,028 millones de euros. En cuanto a las importaciones, también se redujeron en 2020, un 27% en volumen totalizando 30.364 toneladas, siendo España el primer proveedor de Italia, de donde se importaron 24.890 toneladas (-28%).

Los responsables del sector portugués que intervinieron en la reunión

destacaron que la superficie de fresa en este país es pequeña, con 323 hectáreas, y una producción de unas 10.000 toneladas. Respecto a la campaña 2020 destacaron que empezó mal por la Covid, pero mejoró a lo largo de los meses y los precios de venta fueron superiores a los de 2019.

Por parte de los profesionales españoles intervino el gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, quien informó de que en esta campaña la superficie de fresa ha descendido un 2%, pasando de las 6.217 hectáreas de 2020 a 6.105 hectáreas, constatándose una mayor diversificación varietal, sobre todo en variedades tempranas que han permitido la entrada en el mercado antes que en años anteriores. Respecto a 2020, se valoró como una campaña complicada por las repercusiones derivadas de la Covid, constatándose un descenso de la producción de fresa del 20%, al igual que un descenso del consumo.

En cuanto a las cuestiones fitosanitarias, tanto Freshuelva como Fepex mostraron su malestar por la diversifi-

cación de legislaciones nacionales en torno a las materias activas, carencia de autorizaciones excepcionales y los productos fitosanitarios que se pueden utilizar en los distintos países, demandando una legislación única de carácter comunitario, aspecto compartido con Francia, Italia y Portugal.

La reunión del Grupo de Contacto de Fresa de Francia, Italia, Portugal y España, que en algunos momentos contó con 35 participantes, ha sido organizada por Freshuelva y Fepex, junto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Además de los profesionales, intervinieron responsables de los ministerios de Agricultura y de las distintas embajadas.

El Grupo de Contacto de Fresa de Francia, Italia, España y Portugal está constituido por representantes de las asociaciones de productores y exportadores, entre ellos Freshuelva-Fepex y responsables de sus respectivas administraciones. Se reúne cada campaña, desde hace más de 20 años y es uno de los grupos de contactos de producto creado en el marco del Comité Mixto de frutas y hortalizas.



El Grupo ha analizado la producción fresera en cada país.

## JUNTOS, HAGAMOS DEL PLÁSTICO SU PROPIO RECURSO

En 2020, el **Grupo GUILIN** firmó un acuerdo de colaboración en exclusiva con Prevented Ocean Plastic™ (POP) y ahora incorpora material reciclado de calidad en sus envases reciclables, recolectados en la costa de Indonesia, procesados de una manera socialmente responsable y certificados por OceanCycle®.

Gracias a esta asociación, más de 830 millones de botellas de plástico no terminarán en los ríos y océanos.

Si se tira en el contenedor adecuado, el plástico se puede recolectar, clasificar y reciclar: se convierte en su propio recurso. Juntos, asegurémonos de que esto suceda.



#weprotectyourfood

# Freshuelva y Extenda firman un acuerdo para impulsar la internacionalización de los frutos rojos onubenses

*Las dos entidades promocionarán un sector andaluz líder en España con más de 1.200 millones en exportaciones.*

**E**l consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, y el presidente de Freshuelva-Asociación Onubense de Productores y Exportadores de Fresa, Alberto Garrocho, han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar la promoción internacional de los frutos rojos onubenses. Con esta rúbrica se persigue el objetivo de optimizar y coordinar sus respectivos recursos, programas y actividades para potenciar la promoción internacional de un sector que Andalucía lidera en España con exportaciones por valor de 1.208 millones de euros en el último año 2020.

A través de esta alianza público-privada, ambas entidades compartirán información relacionada con empresas de su ámbito interesadas en el proceso de internacionalización, así como datos sobre el sector que puedan servir de base para el diseño de estrategias de internacionalización marquistas o sectoriales. También se llevarán a cabo, de manera conjunta, actividades divulgativas como jornadas y seminarios; elaboración de estudios sectoriales; y organización de visitas internacionales.

Por otra parte, Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera pondrá a disposición de Freshuelva y sus firmas asociadas sus servicios de formación, información, programas de consultoría y sus acciones comerciales en todos los mercados del mundo, incluidos los que cubre a través de su Red Exterior presente en 62 mercados y las acciones programadas desde sus áreas geográficas para América, Asia-Pacífico, África-Oriente Medio y Europa.

Arturo Bernal, consejero delegado de Extenda, destacó la importancia de la puesta en marcha de este acuerdo, “por el avance que supone para la colaboración público-privada bajo un objetivo común, que es el de reforzar el liderazgo de los frutos rojos de Andalucía en el mundo, y donde Huelva es la provincia líder con el 76% de las ventas nacionales y 1.098 millones de euros”. Además, mostró el compromiso de Extenda de seguir apoyando a “un sector que ha sabido crecer desde la



Freshuelva y Extenda impulsarán la internacionalización de los frutos rojos.

innovación de todos sus procesos de producción y comercialización, y que se enfrenta al reto de diversificar los destinos de sus ventas para seguir creciendo”. A su vez, Bernal subrayó la importancia de realizar este acuerdo con Freshuelva, “una entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía, con 93 empresas asociadas que aglutinan más del 85% de la facturación del sector en España, y una experiencia que les ha convertido en embajadores de las frutas de Andalucía en los mercados internacionales”. “Y es que Freshuelva representa a casi la mitad de las firmas andaluzas exportadoras de frutos rojos, que además han crecido en este último año un 7,7% hasta llegar a las 211”, añadió el consejero delegado de Extenda.

Arturo Bernal finalmente avanzó que, “fruto de este compromiso, pronto realizaremos acciones de apoyo para la organización del Congreso de Frutos Rojos que organiza Freshuelva, y que se celebrará presencialmente el próximo mes de septiembre, así como organizaremos jornadas informativas

sobre las oportunidades del sector en áreas estratégicas en crecimiento en Norteamérica o Latinoamérica”.

Por su parte, el presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho, mostró su satisfacción por poder plasmar en un acuerdo la colaboración que ambas entidades mantienen desde hace años, sobre todo, impulsando la presencia de los frutos rojos onubenses en las ferias internacionales Fruit Attraction y Fruit Logística.

Alberto Garrocho agradeció a Extenda el apoyo que siempre ha mostrado al sector de los berries onubenses y que ahora continuará en el marco de este convenio, con el que “incidiremos, más si cabe, en la internacionalización de nuestros frutos rojos gracias a jornadas, intercambios y acciones comerciales que complementen y refuercen la apertura de nuevos mercados en los que trabaja Freshuelva, como es el caso de Brasil para el arándano o Canadá para la fresa, que se han establecido recientemente”.

Extenda, como empresa pública dependiente de la Consejería de la

Presidencia, Administración Pública e Interior, ha puesto en marcha una decisiva apuesta por la digitalización de sus servicios y mejora de procesos, que redundarán en las acciones que se realicen junto a Freshuelva con el objeto de poder facilitar información cualitativa y de calidad que sea de utilidad a las compañías para el desarrollo de su actividad internacional.

Es un aspecto incluido en el acuerdo que va en consonancia con la nueva línea estratégica de Extenda de transformación digital y promoción con un enfoque geográfico dirigido a mercados, a través del uso de la inteligencia de negocio y big data, combinado con el conocimiento y apoyo sobre el terreno de su red exterior. El objetivo es la creación de un mapa de oportunidades de negocio para las empresas andaluzas en el mundo, que contribuya a incrementar su negocio exterior.

La promoción internacional del agroalimentario andaluz constituye una prioridad dentro de la programación anual de Extenda, hasta el punto de que acapara, de media, una tercera parte del total de acciones que desarrolla anualmente. Este apoyo a las compañías del sector se vio reforzado en el pasado año 2020, en el que, pese a la reconfiguración de acciones a la que ha obligado la pandemia por la restricción de movimientos internacionales, desarrolló más de 450 acciones hacia empresas del sector agroalimentario y de bebidas que registraron la participación de casi 2.000 firmas.

### Frutos rojos: Huelva líder nacional

Las exportaciones de frutos rojos de Andalucía alcanzaron los 1.208 millones de euros en el pasado año 2020, a la vez que aportaron 1.020 millones de euros de saldo positivo con el exterior a la economía regional y arrojaron una tasa de cobertura del 642%, ya que las exportaciones más que sextuplican a las importaciones. Las ventas de frutos rojos andaluces se mantienen en 2020 con tan solo un leve descenso del 0,8%.

De este modo, Andalucía fue la comunidad líder en exportaciones de frutos rojos de España, con el 85% del total nacional (1.417 millones); por delante, y a mucha distancia, de la Comunidad Valenciana (9,1%) y Cataluña (1,9%); lo que convirtió a Huelva en la principal provincia exportadora nacio-



Freshuelva y Extenda organizaron unas jornadas sobre el impacto del Brexit en el sector.

nal con el 76% de las ventas del país, muy por encima de Valencia (8%).

Andalucía vendió frutos rojos sobre todo en los mercados comunitarios, siendo los primeros diez destinos países del continente europeo. El primer lugar estuvo Alemania, con 399 millones de euros y el 33% del total, con un incremento del 0,2%; seguido del Reino Unido, con 310 millones (25,7% del total) y un alza del 9,4% con respecto a 2019; Países Bajos, con 133 millones (11% del total) y una bajada 12,8%; Francia, con 108 millones (9% del total) y una caída del 6,9%; e Italia, con 51 millones (4,2% del total) y un descenso del 7,4%.

Asimismo, Huelva protagonizó casi el total de las ventas del sector en Andalucía, con 1.098 millones, el 91% del total y un decrecimiento del 2,8%; seguida de Sevilla, con 79 millones (6,5% del total) y un alza del 51%; Cádiz, con 15 millones (1,2% del total) y una bajada 19,4%; y Málaga, con 11,7 millones (1% del total) y un incremento del 2,5%. El resto de provincias de la comunidad registran cifras muy reducidas.

Además, sufrieron fuertes subidas destinos como Eslovaquia (15°) con más del doble de compras (+134%) de frutos rojos andaluces en 2020, hasta los 3,5 millones de euros; Singapur (20°) con un incremento del 59%, hasta los 1,2 millones; y Finlandia (17°) con una subida del 25,4% hasta los 2,1 millones. Por productos, los más vendidos fueron las fresas, con 477 millones (40% del total) y un leve decrecimiento del 0,9%; seguidas de las frambuesas, con 386 millones (32% del total) y una caída del 3,4%; y, en tercer lugar, los

arándanos, con 326 millones (27% del total) registran un alza del 11,4%.

### Jornada de análisis 'El sector hortofrutícola en el Reino Unido'

Fruto del acuerdo firmado, Freshuelva ha colaborado con una jornada de trabajo en la que se abordaron las oportunidades que ofrece el mercado del Reino Unido al sector de las frutas y hortalizas, organizada por Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera.

El objetivo de esta actividad era ofrecer una visión del sector en Andalucía a través de Freshuelva, la asociación sectorial de los productores y comercializadores de fresas y berries; informar sobre las oportunidades que el mercado de Reino Unido ofrece para este sector, de la mano del director de la Oficina de Extenda en Londres; e informar sobre el apoyo que desde Extenda se ofrece a las empresas andaluzas para su internacionalización.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, expuso la situación del sector de los berries andaluz y onubense, la importancia del mercado del Reino Unido para los mismos, así como valoró el impacto del Brexit en las relaciones comerciales.

Por su parte, el director de la oficina de Extenda en Reino Unido, Felipe Martínez Ares, analizó la evolución del sector en Reino Unido destacando las tendencias y oportunidades que ofrece el mercado. Adicionalmente, se tratarán las nuevas normativas o restricciones que afecten al sector de alimentación en el corto/largo plazo como consecuencia del Brexit.

# Freshuelva y HuelvaPort estrechan relaciones para crear nuevas sinergias

*Alberto Garrocho incide en la importancia de acercar los frutos rojos a sus destino a través del Puerto de Huelva.*



Antonio Ponce, Alberto Garrocho y Rafael Domínguez durante el encuentro mantenido en la sede de Freshuelva.

**E**l presidente de la Asociación para la Promoción Comercial del Puerto de Huelva (HuelvaPort), Antonio Ponce, ha mantenido un encuentro con el presidente y el gerente de Freshuelva, Alberto Garrocho, y Rafael Domínguez, respectivamente, en el que destacó la importante e intensa labor que realiza HuelvaPort en la promoción del Puerto de Huelva y de las empresas de la comunidad portuaria, mediante la organización de misiones comerciales y la asistencia a eventos nacionales e internacionales.

Asimismo, el presidente de HuelvaPort apuntó que en estas acciones comerciales se da a conocer la actividad del Puerto de Huelva y de las empresas asociadas a HuelvaPort, que comprenden una oferta integral de servicios, además de acudir con una nutrida representación empresarial que contribuye a potenciar la competitividad y la generación de nuevas sinergias de negocio en torno a la actividad puerto onubense.

En este contexto, Ponce aseguró que la fortaleza de HuelvaPort radica en aglutinar a un conjunto muy completo de empresas pertenecientes a distintos sectores como servicios marítimos, logística y transporte, industria, minería, ingeniería, energía y servicios, junto con distintas organizaciones e instituciones como la Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas (Aiqbe), la Autoridad Portuaria de Huelva (APH), la Cámara de Comercio de Huelva y la Federación Onubense de Empresarios (FOE), lo que convierte a HuelvaPort en una oportunidad para otras empresas y organizaciones que decidan formar parte de esta asociación vinculada al Puerto de Huelva.

En este contexto, los presidentes de HuelvaPort y Freshuelva acordaron estrechar la relación entre ambas asociaciones, que representan a la comunidad portuaria de Huelva y al sector productor y exportador de frutos rojos, respectivamente.

El presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho, subrayó que uno de los principales objetivos de la asociación es abrir nuevas vías de mercado para los berries onubenses y, además, optimizar los tiempos de transporte de llegada al destino, para lo que el tráfico marítimo es fundamental.

Garrocho recordó que más del 90% de los frutos rojos onubenses se exportan principalmente a Europa, aunque el objetivo es establecer nuevas rutas comerciales que posibiliten un aumento de la exportación y den salida a unos frutos rojos muy demandados, como es el caso de la reciente apertura del mercado de Canadá para las fresas de Huelva.

Brasil, Oriente Medio y aprovechar la potencialidad de un mercado de la importancia del de China son objetivos prioritarios para Freshuelva, que incidió en la importancia de acercar los berries a través de un tráfico marítimo de las enormes posibilidades que presenta el Puerto de Huelva.

# Máximo control de trips y orugas

## Eficacia natural



**Spintor**<sup>®</sup>  
480SC

**INSECTICIDA**

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



# El 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos se celebrará los días 15 y 16 de septiembre

Será un evento presencial, aunque se ofrecerá la posibilidad de seguir el programa oficial de forma telemática.



El Congreso de Frutos Rojos volverá a su formato original tras el paréntesis de 2020 a consecuencia de la pandemia.

**E**l 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos ya tiene fecha. Se celebrará de forma presencial los días 15 y 16 de septiembre en la Casa Colón de Huelva, si bien la organización ofrecerá por primera vez, para salvar las posibles dificultades de movilidad que aún persistan, la posibilidad de seguir el programa oficial de conferencias vía *streaming*.

La organización del Congreso de Frutos Rojos ha considerado que, en atención a la evolución de la pandemia y del proceso de vacunación contra la Covid-19, en el próximo mes de septiembre se podrán dar las condiciones para que el sector de los berries de la provincia de Huelva vuelva a protagonizar el encuentro que el pasado año debió suspenderse por las consecuencias derivadas de la pandemia. Eso sí, adoptando toda las medidas sanitarias establecidas por las autoridades en ese momento, de forma que se garantice la seguridad sanitaria de todos los parti-

cipantes en el evento más importante que se celebra en torno al sector de los frutos rojos.

Por tanto, si la situación continúa con la evolución positiva que caracteriza a las últimas semanas, apoyada en el importante progreso de la vacunación, la Casa Colón de Huelva volverá a abrir sus puertas en el próximo mes de septiembre para acoger uno de los primeros eventos importantes posterior a la pandemia, que en condiciones normales ha sido capaz de congregarse en torno al sector de los frutos rojos a más de 1.300 personas. La organización revisará en todo momento la normativa establecida por las autoridades para establecer los aforos que permitan respetar las distancias que en ese momento se estimen pertinentes en función de la situación de la pandemia.

Pero, para que el siempre interesante contenido del Congreso Internacional de Frutos Rojos no tenga límites en la movilidad ni en las fronteras, en

esta sexta edición se podrá acceder al mismo vía *streaming* previo inscripción a un precio muy asequible que estará pronto disponible en la web y que permitirá asistir a todas las conferencias, mesas redondas y ponencias que tengan lugar en el auditorio de la Casa Colón, en el que se abordarán temas de interés como las nuevas posibilidades de los mercados internacionales para los frutos rojos, la apuesta por la sostenibilidad del sector, la promoción de sus variedades saludables o las nuevas variedades de berries, entre otros.

El 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos volverá a contar con el patrocinio exclusivo de la Fundación Caja Rural del Sur y, como novedad en esta edición, contará con la colaboración de Extenda - Andalucía Exportación e Inversión Extranjera, que ha firmado un convenio con Freshuelva para contribuir con su experiencia en la internacionalización al contenido técnico del Congreso.



# 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



Ruralvía



Nuestras oficinas



[negociointernacional@crsur.es](mailto:negociointernacional@crsur.es)



## Para más información

- ▶ 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.

# Las empresas asociadas de Freshuelva conocen la próxima edición de Fruit Attraction

*El director Raúl Calleja destaca que las inscripciones para esta edición presencial van a buen ritmo.*

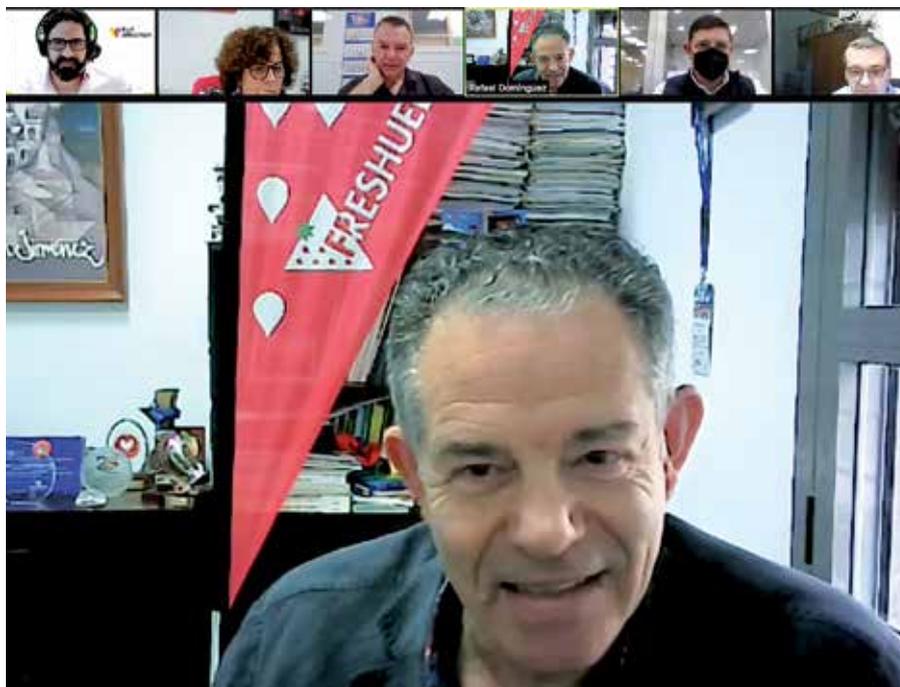
**E**l director de Fruit Attraction, Raúl Calleja, ha protagonizado un encuentro con representantes de Freshuelva y de sus empresas asociadas en el que ha informado de que las solicitudes para participar como expositor en la próxima edición de la feria, que se celebrará de forma presencial del 5 al 7 de octubre, llevan un buen ritmo, estando abierto el plazo prioritario para solicitarlas hasta el 28 de abril.

Ya desde el mes de abril se ha puesto en marcha todo un plan de inversiones y actuaciones para garantizar la presencia de los grandes grupos de demanda de toda Europa y de países terceros, como el Programa de Invitados Internacionales más potente de la historia de Fruit Attraction.

En paralelo al encuentro físico, la feria reunirá a toda la comunidad hortofrutícola durante los 365 días del año a través de la plataforma Fruit Attraction LIVEConnect; una herramienta digital que ya se inició en 2020 y que potencia y complementa con nuevas funcionalidades el evento presencial, reforzándose mutuamente. Con ello, Fruit Attraction, organizada por Ifema y Fepex, será mucho más que el reencuentro sectorial presencial. La feria presenta una nueva propuesta de valor híbrida que potencia la eficacia de lo físico gracias a la tecnología.

Con un escenario sanitario europeo optimista tras el verano, ha llegado el momento en el que proveedores y comercializadores de frutas y hortalizas de todo el mundo, vuelvan a reencontrarse en Fruit Attraction 2021 con operadores y retailers, bajo un mismo techo, en un entorno de trabajo seguro, de oportunidad comercial, para poner en valor toda la innovación, novedades y tendencias del mercado mundial hortofrutícola y de toda su cadena de valor.

Fruit Attraction se ha constituido como el lugar adecuado en el momento oportuno para que empresas, productos y staff comercial de las empresas consigan autoridad sectorial mundial. Tres días para consolidar y abrir mercados de exportación; con-



El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, estuvo presente en el encuentro con Raúl Calleja.

centrar reuniones presenciales con los principales operadores y retailers del mundo; generar y despertar oportunidades de venta de forma masiva; fidelizar y centralizar reuniones con clientes habituales; ampliar y potenciar el networking personal. Es el espacio para potenciar el posicionamiento de marca y la notoriedad de nuevos productos, para mostrar y enseñar presencialmente los productos, formatos y servicios, y formar parte de la relación de proveedores de operadores y retailers de todo el mundo.

Fruit Attraction LIVEConnect es el complemento perfecto y recomendado para potenciar la visibilidad generadora de leads comerciales de cualquier lugar del mundo. La plataforma digital que se convierte en la primera comunidad y red social profesional del mundo dirigida a toda la cadena de valor del sector hortofrutícola. Un ecosistema digital agregador de oferta expositiva, marketplace de productos y servicios, red de contactos profesionales, oportunidades de networking y negocio, b2b online,

chat, e-calls, y un programa permanente de jornadas, foros y debates sobre mercados internacionales y categorías de productos y servicios. Durante todo el año Fruit Attraction LIVEConnect será el espacio que reunirá a los principales actores internacionales del mercado organizando jornadas y eventos comerciales por categorías de productos, segmentos del mercado, internacionalización.

Ifema ha desarrollado todo un protocolo para garantizar un entorno de trabajo seguro, confiable y confortable. El recinto reúne todas las medidas necesarias para ordenar el flujo de asistentes y su movilidad; establecer los controles de aforo; las distancias interpersonales; la eliminación de contacto directo mediante el registro digital; la toma de temperatura corporal; el ensanchamiento de pasillos, y la incorporación de las últimas tecnologías para el conteo de asistentes; y muy especialmente para la renovación del aire en pabellones, entre otras innovaciones en este ámbito.

# La asamblea respalda la participación de Freshuelva en Fruit Attraction 2021

*La asamblea conoce también los detalles de la participación de la asociación en la campaña europea 'CuTE-4You'.*

**F**reshuelva ha celebrado su asamblea anual en la que las empresas productoras y exportadoras asociadas dieron el visto bueno a la actividad de la entidad en el último año 2020, que ha estado marcada, entre otros hechos extraordinarios, por la suspensión de la celebración del Congreso de Frutos Rojos o la edición digital de Fruit Attraction.

En este contexto, Freshuelva informó a la asamblea de la celebración entre los próximos 5 y 7 de octubre de la edición presencial de Fruit Attraction 2021, para la que ya se ha abierto el plazo de inscripción y sobre la que la asamblea ha respaldado la participación de Freshuelva, socio fundador de esta feria que se celebra en el Ifema (Madrid).

Por otra parte, Freshuelva informó de su participación en este año 2021 en la campaña denominada 'CuTE-4You', que es un programa cofinanciado por la Comisión Europea e impulsado por un consorcio liderado por FruitVegetablesEurope y compuesto, además de por Freshuelva, por numerosas asociaciones españolas de frutas y hortalizas (Fepex, Proexport, Comité de Gestión de Cítricos, Afrucat, Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, +Brócoli, Alcachofa de España, Asociafruit, Afruex, Apoexpa y Fedefruta).

Los eurovisivos Blas Cantó, Soraya Arnelas, Natalie Horner (Alemania) y Kate Ryan (Bélgica) son los rostros conocidos que participan en el vídeo promocional de la campaña 'CuTE-4You: Cultivating the Taste of Europe for You'.

La iniciativa, cofinanciada por la Unión Europea (UE), rendirá un homenaje al papel esencial de los agricultores europeos y tiene como objetivo generar en la sociedad un movimiento social a favor del consumo de frutas y hortalizas europeas.

Bajo el lema 'Cuando consumes nuestras frutas y verduras, gana Europa, ganamos todos', la campaña tiene como objetivo generar un movimiento social de apoyo al sector de las frutas y hortalizas europeo; y ensalzar el trabajo y el esfuerzo de los agricultores europeos.



La asamblea anual de Freshuelva se celebró vía telemática.



La asamblea conoció la actividad de la asociación durante 2020 y las previsiones de 2021.



La asamblea conoció los detalles de la campaña europea 'CuTE-4You'.

# La edición especial de Fruit Logística 2021 que se iba a celebrar en mayo se cancela por la pandemia

*La edición presencial de 2022 se celebrará entre los días 9 y 11 de febrero en Berlín.*

**F**ruit Logística Special Edition 2021, que habría tenido lugar del 18 al 20 de mayo de 2021, ha sido cancelada definitivamente debido a la situación actual de la pandemia de coronavirus en Europa y en el resto del mundo.

“Estoy segura de que la cancelación no ha sorprendido a nadie”, manifestó Madlen Miserius, directora ejecutiva de Producto en Fruit Logística, la feria internacional del sector de frutas y hortalizas más importante de Europa. “La pandemia de coronavirus está durando más de lo esperado. Queríamos hacer realidad un evento físico en mayo, pero las perspectivas de los viajes de negocios a Berlín y las grandes reuniones presenciales son demasiado bajas. Ante estas circunstancias, es simplemente imposible que nos reanemos cara a cara”.

Messe Berlin, organizadora de la feria, ha trabajado mucho para preparar una edición especial de Fruit Logística que tendría lugar durante tres días en mayo. Fruit Logística Special Edition se diseñó para resistir las incertidumbres de la pandemia y proteger a los clientes, tanto su salud como sus inversiones. El concepto tuvo una gran acogida en el mercado, registrando la inscripción de más de 600 empresas de Europa y del resto del mundo.

“Creamos Fruit Logística Special Edition porque sabíamos, por las con-



Visita de la consejera al stand de Freshuelva en la última edición de Fruit Logística.

versaciones que mantuvimos con el sector, que había un fuerte deseo de celebrar un evento físico. Por eso, desarrollamos un concepto para ofrecer a nuestros expositores la mayor flexibilidad con el mínimo riesgo posible”, explicó Madlen Miserius.

“Lamentablemente, la pandemia sigue imponiéndose, lo que ha provocado la cancelación”, indicó Miserius, que añadió, no obstante, que “hay una gran familia internacional en el sector de

frutas y hortalizas frescas que se reúne cada año en Fruit Logística. Ya estamos en conversaciones con los agentes del mercado internacional y hemos empezado a trabajar con el objetivo de prepararnos para Fruit Logística 2022. Haremos todo lo posible para garantizar que la XXX edición sea un evento presencial emocionante. Así que, reserve un hueco en su agenda para Fruit Logística: del 9 al 11 de febrero de 2022 en Berlín”.

## Fruit Logística presenta European Statistics Handbook 2021

*El informe analiza el comportamiento de los consumidores y la incidencia del Brexit y el clima en los cultivos.*

**D**ebido a la cancelación de la edición especial, Fruit Logística ha decidido presentar el European Statistics Handbook como parte del evento digital organizado por su socio Fruitnet Media International. Hans-Christoph Behr presentará algunas de las principales conclusiones del informe durante el World of Fresh Ideas, un evento virtual para el mercado mundial de frutas y hortalizas frescas que tendrá lugar del 26 al 27 de mayo de

2021. Entre estas conclusiones, habrá un análisis sobre cómo ha cambiado el comportamiento de los consumidores a lo largo del año pasado, se estudiará lo que ha ocurrido en el comercio tras el Brexit del Reino Unido y habrá un resumen de las condiciones meteorológicas en el suministro de frutas y hortalizas. Ya están abiertas las inscripciones gratuitas para el World of Fresh Ideas: <https://reg.wofi2021.com/world-of-fresh-ideas>.

Organizado por Fruitnet con el apoyo de Fruit Logística, el World of Fresh Ideas es una oportunidad para el mercado de productos frescos internacional de reunirse, aprender y hacer negocios. Asimismo, ofrece una valiosa plataforma para que las empresas se promocionen ante la ausencia de la exposición presencial anual en Berlín. Desde la página web de Fruit Logística se puede descargar una copia gratuita del European Statistics Handbook.



# HUELVA SE COMPROMETE CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EL CAMBIO EMPIEZA EN TI



# Freshuelva participa en la asamblea de Fepex

*Planas reitera su apoyo a la inclusión del sector de frutas y hortalizas en las ayudas desacopladas de la PAC.*

**E**l ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, clausuró la 61ª Asamblea de Fepex, celebrada por videoconferencia y con la participación de Freshuelva, en la que reiteró su apoyo a que “la nueva PAC incluya al sector hortofrutícola en las ayudas desacopladas, para poner fin a una situación discriminatoria”, informando también de que se está trabajando para que el sector de flor y planta ornamental pueda beneficiarse de los programas sectoriales.

El ministro de Agricultura resaltó la competitividad y la orientación al mercado del sector hortofrutícola español, el primer productor de la UE, y volvió a recordar el extraordinario comportamiento del sector durante los momentos más duros de la pandemia.

En cuanto a las oportunidades que abre la nueva Política Agraria Común (PAC), el ministro de Agricultura se refirió a la propuesta española para la inclusión del conjunto del sector hortofrutícola en las ayudas desacopladas, que constituye una de las prioridades de Fepex desde que se implantaron estas ayudas.

Además, Planas mencionó también al segmento de flor cortada y planta ornamental, para el que España ha defendido que puedan beneficiarse de futuros programas sectoriales, propuesta también valorada positivamente por Fepex, porque permitirá la inclusión del sector de flores y plantas en los tipos de intervención del Plan Estratégico Nacional y constituir organizaciones de productores.

Con relación al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, y dentro de la participación del Ministerio de Agricultura, en la que se recogen partidas para las líneas de modernización del sistema de regadíos y para la de modernización integral de invernaderos, el ministro informó de que habrá una inversión de 563 millones de euros destinada a regadíos sostenibles y de precisión con el objeto de promover el ahorro del agua y la eficiencia energética.

En el mismo sentido, está prevista también una línea de inversión de 120 millones de euros para la modernización integral de los invernaderos con el objeto de orientarlos hacia la econo-



El ministro de Agricultura durante su intervención en la Asamblea de Fepex.

mía circular y los modelos productivos más sostenibles.

Planas resaltó la importancia del acuerdo sobre el Brexit alcanzado entre la UE y Reino Unido y valoró también el retraso, anunciado la semana pasada por las autoridades británicas, de la entrada en vigor de la exigencia de certificados fitosanitarios y los controles en frontera.

De esta forma, los certificados fitosanitarios que iban a ser obligatorios para la mayoría de las frutas y hortalizas a partir del 1 de abril se retrasan hasta el 1 de enero de 2022, al tiempo que los controles en frontera se postponen al 1 de marzo de 2022.

Junto a estos temas, la Asamblea de Fepex analizó también las amenazas a las que se enfrenta el sector productor y exportador de frutas y hortalizas como la creciente competencia de

países terceros, impulsada por unas obligaciones muchos menores que las de los productores comunitarios, o la implantación de la preferencia nacional en los mercados de la UE, lo que es muy preocupante para el sector español, ya que a la UE se destina el 95% de las exportaciones.

Presidida por Jorge Brotóns, la Asamblea de Fepex está integrada por representantes de las 31 asociaciones presentes en todo el territorio nacional, entre las que se encuentra Freshuelva, abarcando cuatro sectores de actividad: la producción y exportación de frutas y hortalizas frescas, sector mayoritario en la Federación; la producción y comercialización de patata; la producción y comercialización de productos de frutas y hortalizas preparadas; y la producción y comercialización de flores y plantas vivas, con ocho asociaciones.

# Fepex confía en que los planes estratégicos de la futura PAC beneficien al sector de frutas y hortalizas

*Las recomendaciones de la Comisión persiguen compaginar los objetivos de la PAC con el Pacto Verde Europeo.*

Fepex ha valorado las recomendaciones realizadas por la Comisión Europea a los Estados Miembros para la realización de los planes estratégicos de la futura PAC, en las que se propone a España 17 medidas, entre las que se encuentran tres que para Fepex contribuirán a la sostenibilidad de las explotaciones hortofrutícolas: impulsar la competitividad y la consolidación de explotaciones viables orientadas al mercado; reforzar las organizaciones de productores y mejorar la eficacia; y la orientación y distribución de las ayudas directas hacia grupos homogéneos de territorios, eliminando el vínculo con las referencias históricas.

La Comisión Europea publicó el 18 de diciembre las recomendaciones acompañadas de una Comunicación para que cada Estado miembro contribuya a la elaboración de sus planes

estratégicos de la política agrícola común (PAC). Estas recomendaciones tienen como propósito que los planes estratégicos de la PAC, en estos momentos en fase de elaboración, recojan las medidas o instrumentos que permitan avanzar hacia la consecución de los objetivos de la PAC en consonancia con el Pacto Verde Europeo.

Las recomendaciones a España se centran en fomentar un sector agrícola inteligente, resiliente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria; reforzar el cuidado del medio ambiente y la acción por el clima y contribuir a los objetivos de la Unión relacionados con el medio ambiente y el clima; fortalecer el tejido socioeconómico de las zonas rurales y abordar las demandas de la sociedad; y, en cuarto lugar, fomentar el intercambio de conocimiento, innovación y digitalización en agricultura y zonas rurales.

Para fomentar un sector agrícola inteligente, resiliente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria, la Comisión Europea recomienda impulsar la competitividad y la consolidación de explotaciones viables orientadas al mercado estimulando inversiones especialmente en nuevas tecnologías y prácticas agrarias más respetuosas con el medio ambiente; impulsar una mayor integración de los productores primarios, fomentando una mayor dimensión y ampliando la gama de servicios de las organizaciones de productores (OP), así como el reconocimiento de las OP; y mejorar la viabilidad de las explotaciones mediante la mejora de la eficacia, orientación y distribución de las ayudas directas.

Fepex comparte estas recomendaciones, que contribuirían de forma importante a reforzar la sostenibilidad de las explotaciones hortofrutícolas.

# BlueN

El primer biofertilizante de nitrógeno de máxima eficacia

Ahorro en  
fertilización nitrogenada  
+  
Preservación del  
Medio Ambiente

Distribuido por:

**agrofresas**

Shared by  Symborg



# La UE lanza una consulta para modificar las normas de comercialización de productos agrícolas

*Freshuelva apuesta por una actualización que siga garantizando la seguridad y la calidad de las producciones.*

La Comisión Europea ha publicado una hoja de ruta para estudiar la modificación de las normas de comercialización de productos agrícolas, incluidas las de frutas y hortalizas frescas, en el marco de la que ha lanzado una consulta para conocer la opinión de sectores, organizaciones y administraciones sobre la permanencia de estas normas, su modificación o incluso su supresión.

Según la hoja de ruta, las normas de comercialización de los productos agrícolas de la UE garantizan un alto nivel de calidad. Sin embargo, algunas han quedado obsoletas o pueden obstaculizar los esfuerzos para hacer que el sistema alimentario sea más eficiente y sostenible. Por ello se propone actualizar estas normas para fomentar la oferta a los consumidores de productos más sostenibles y simplificar la legislación actual, entre los principales argumentos.

En este sentido se ha pronunciado Freshuelva, que ha defendido que las normas deben actualizarse en los aspectos que se consideren necesarios en aras de seguir garantizando aun más la calidad y seguridad de las producciones, protegiendo tanto al consumidor como al productor.

En el caso de las fresas y frutos rojos, las normas de comercialización “son imprescindibles al tratarse de productos perecederos en los que aspectos como firmeza, frescura, etc., deben ser tenidos en cuenta y venir marcados por unos mínimos exigibles”, ha puntualizado Freshuelva, añadiendo que, desde que la Comisión llevo a cabo la simplificación de las normas de comercialización, según la cual estas se redujeron a solo diez -entre ellas la norma para fresa-, “nuestro sector ha seguido implementándola y trabajando con el mismo nivel de exigencia para ofrecer un producto de máxima

calidad y valorado en los mercados europeos, principal destino de nuestras exportaciones”.

Respecto a las consideraciones de sostenibilidad que se pretenden abordar tales como el impacto ambiental o climático de los productos, aspectos relativos a nutrición, etc., Freshuelva ha argumentado que existen herramientas que los productores implementan en sus sistemas de producción a través de las cuales se pueden reflejar todos estos aspectos, tales como los estándares privados que se han ido desarrollando en respuesta a las crecientes inquietudes de los consumidores en torno a determinados temas del proceso de producción y de la cadena de suministro; o normativas como el Reglamento europeo sobre la información nutricional de los alimentos y la información que debe facilitarse al consumidor, diferenciando los que son obligatorios de los voluntarios.



## SERVICIO L.C.L REEFER Costa Rica - España



Directo



Semanal



12 Días



## SERVICIO L.C.L REEFER MOIN – ALGECIRAS

Con el objetivo de poder atender la creciente demanda de carga perecedera desde **Costa Rica a España**, tenemos el placer de anunciarles el nuevo servicio de consolidado destinado a mercancías sujetas a temperatura controlada.

El servicio conectará los puertos de **Moin y Algeciras** de manera semanal/quincenal con un tiempo de tránsito de 12 días admitiendo carga fraccionada en los rangos de temperatura 5-8°.

Ofrecemos servicio de Pick Up desde los principales puntos de producción en Costa Rica y servicio de entrega a toda España.

**Temperatura de +7°- Ventilación 20%  
Abierlo = 77 Cbm/h**

# El ministro de Agricultura anuncia una rebaja de los módulos del IRPF para el sector primario

*Junto a la medida aprobada en enero, supondrá una reducción de la base imponible de unos 1.000 millones.*

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha anunciado una rebaja de los módulos del IRPF correspondiente al ejercicio 2020 para el sector primario -agricultura y ganadería-, que en los próximos días se publicará en el Boletín Oficial del Estado.

Planas explicó que dicha medida fiscal, junto con la aprobada el pasado enero, supondrá una reducción de la base imponible para el sector primario de unos 1.000 millones de euros, "la más importante en este siglo", indicó.

El pasado mes de enero fue aprobada la orden anual por la que el Ministerio de Hacienda establece los módulos y por el que todos los agricultores y ganaderos españoles podrán beneficiarse de una reducción del 20% en el sistema de módulos del IRPF en el ejercicio 2020.

Ambas medidas fiscales benefician, en general, a todos los agricultores y



El ministro de Agricultura ha sorprendido con su anuncio sobre la rebaja del IRPF.

ganaderos con una reducción de la base imponible que tendrá un impacto positivo de 600 millones y la anunciada ahora por Planas supondrá unos 400 millones, lo que en total suma una rebaja fiscal en torno a 1.000 millones de euros. Con ello, el Ministerio reco-

noce la labor del sector agrario y ganadero durante la pandemia del coronavirus y también contribuye a paliar las dificultades por las que han pasado algunos subsectores como el olivar y la flor cortada, entre otros, apuntó el titular de Agricultura.



Pathfinder sinónimo de calidad en Huelva desde hace 20 años



CINTA DE RIEGO

PATHFINDER PRO

*"Tras el abrumador éxito en Huelva de la cinta de riego por goteo Pathfinder, Grupo Chamartin ha ido un paso más allá y gracias a sus ingenieros ha conseguido mejorar un producto casi perfecto"*

- ✓ **Resistente**  
Gran resistencia al taponamiento
- ✓ **Rendimiento superior**  
El diseño especial de la cinta con el laberinto continuo da lugar a unos rendimientos y uniformidades superiores.
- ✓ **Fácil instalación**  
Su gran versatilidad reduce los tiempos de instalación.

SEVILLA  
Carretera de Brenes Km.2,2 Sevilla  
41015, España  
Tel: 954 903 736/ +34 954 908 069  
Sevilla@grupochamartin.com

Nuevo diseño del laberinto



www.grupochamartin.com

# Comercio crea el 'Canal Brexit' para analizar las dificultades comerciales con Reino Unido

*El foro formado entre administraciones y empresas constata la normalidad en las exportaciones españolas.*

La Secretaría de Estado de Comercio ha creado el 'Canal Brexit', un foro de colaboración entre la Administración y las empresas españolas para analizar las dificultades con las que se están enfrentando las empresas a la hora de realizar los intercambios comerciales durante los primeros meses tras la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio y Cooperación entre la Unión Europea y Reino Unido y buscar soluciones. En la primera reunión y respecto al sector de frutas y hortalizas, se constató el desarrollo normal de las exportaciones.

A través de una primera reunión virtual se reunieron los responsables de los principales departamentos ministeriales implicados -Secretaría de Estado de Comercio, Aduanas, Agricultura, Sanidad, Ministerio de Asuntos Exteriores, Fomento y Economía-, junto con las principales asociaciones

empresariales, entre ellas, la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (Fepex) y se constató que en estos primeros meses en los que Reino Unido ya no es socio de la UE el desarrollo de las exportaciones ha sido normal.

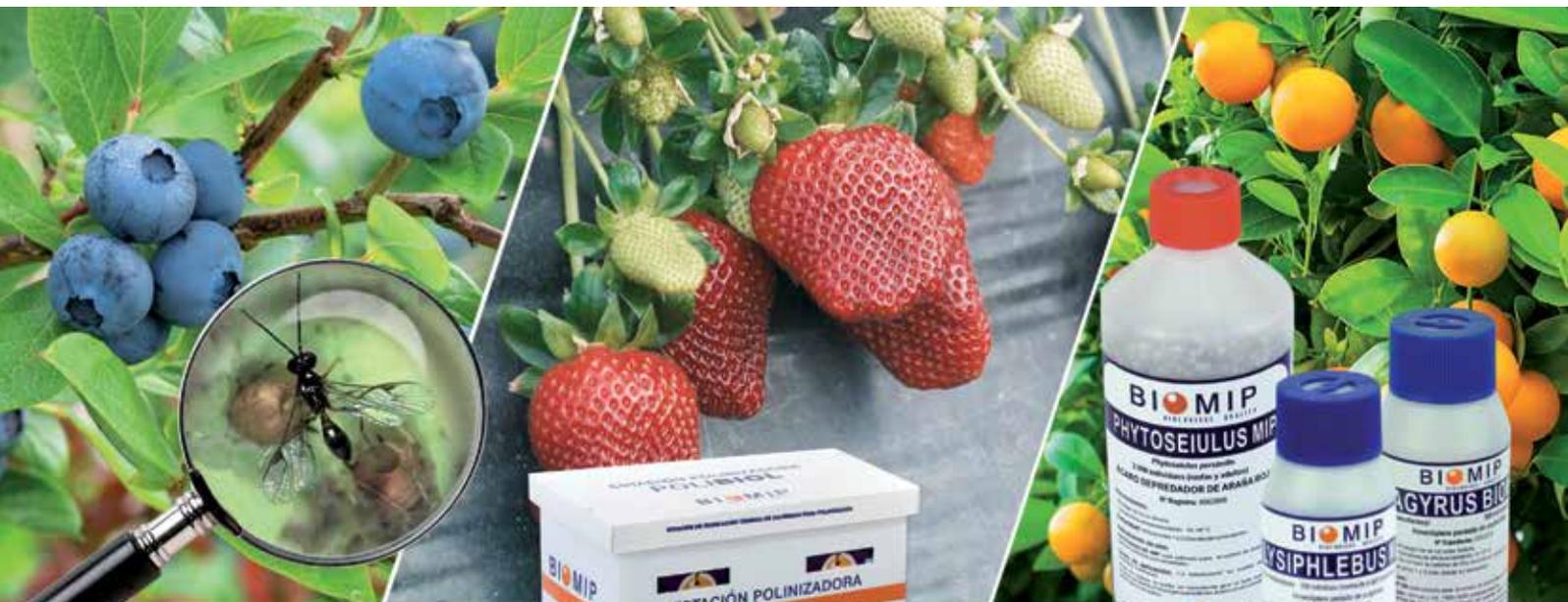
Desde el 1 de enero los exportadores de frutas y hortalizas han debido cumplir con las formalidades aduaneras que se requieren en el comercio con países terceros, básicamente, la presentación de una declaración aduanera y el certificado de conformidad, que además es obligatorio para poder presentar la declaración aduanera.

Existía gran preocupación entre los exportadores a Reino Unido sobre que la obtención del certificado de conformidad supusiera una barrera para mantener el flujo normal del comercio hortofrutícola. No obstante, Comercio

informó de que la implantación del sistema online para la obtención de ese certificado está funcionando eficazmente.

De cara a comienzos del próximo año se exigirá una nueva obligación documental: el certificado fitosanitario. Emitido por el MAPA, será tramitado a través de la aplicación Cexveg y será requerido para las frutas y hortalizas con la excepción de piña, kiwi, coco, cítricos, kumquat, caqui, durián, bolas de algodón, plátano, mango, dátiles, fruta de la pasión y guayaba.

La primera reunión del Canal Brexit estuvo presidida por la Secretaria de Estado de Comercio, Xiana Mendez, quien expresó que el objetivo de este foro es que sirva de canal de comunicación entre las empresas o asociaciones y los responsables de la Administración para reforzar el seguimiento de los intercambios comerciales.



ESPECIALISTAS EN  
POLINIZACIÓN Y  
CONTROL BIOLÓGICO.

**BIOMIP**  
BIOLOGICAL QUALITY

Ctra. Iryda, s/n. Pol. Ind. Santa Ollala  
04110 Campoverde, Almería  
biomip@biomip.com / T: +34 950 384 687



www.biomip.com

# La exportación a Reino Unido sigue su curso sin la exigencia de los certificados fitosanitarios

*La medida, que afecta a los frutos rojos, entrará en vigor finalmente el 1 de enero de 2022.*

**E**l 1 de abril estaba previsto que Reino Unido exigiera a las exportaciones de la mayoría de las frutas y hortalizas frescas procedentes de la UE la presentación de un certificado fitosanitario, como uno de los requisitos documentales necesarios para vender en ese país, tras su salida de la UE. Sin embargo, el Gobierno británico anunció que esta exigencia se retrasará hasta el 1 de enero de 2022.

Valorado positivamente por el sector agrupado en Fepex, el retraso en la obligatoriedad de presentar el certificado fitosanitario hasta el 1 de enero de 2022 contribuirá a reducir la carga administrativa y mantener la fluidez de las exportaciones hortofrutícolas a Reino Unido, el tercer mercado del sector exportador español.

Por otro lado, el gobierno británico anunció también el retraso de la entra-

da en vigor de las fases que inicialmente había establecido para un mayor control de las importaciones, como los controles en frontera.

Tras la salida de Reino Unido de la UE, la Comisión Europea y el Reino Unido llegaron a un acuerdo que rige la relación comercial entre ambas partes desde el 1 de enero de 2021, valorado positivamente por el sector agrupado en Fepex, puesto que evitaba que las exportaciones fueran gravadas con derechos arancelarios. Sin embargo, la exportación de frutas y hortalizas cuenta con mayores obligaciones documentales, principalmente la presentación del DUA y el certificado de conformidad.

La declaración aduanera o Documento Único Administrativo (DUA) proporciona información sobre el producto que se va a importar o exportar

y sirve de base para la declaración tributaria. El DUA es un documento imprescindible que ha de acompañar a las mercancías para cumplir con las formalidades aduaneras en operaciones de importación y exportación fuera de la Unión Europea. La obtención del DUA está condicionada a la presentación de un certificado de conformidad, que verifica que esa mercancía cumple con las normas de comercialización, según se establece en el Reglamento de Ejecución (UE) número 543/2011 y podrá solicitarse vía telemática.

En 2021 y con información solo del mes de enero, la exportación de frutas y hortalizas españolas a Reino Unido ha sido de 153.863 toneladas por un valor de 211 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.

## BIOPLANET

*insetti utili*

### insectos útiles para las berries



Pol. Ind. El Algarrobito  
C/B. Parc. 1 21800 Moguer, Huelva  
959 372 783  
www.spsoluciones.es

bioplanet.eu

# El presidente de Eucofel defiende que el sector hortofrutícola tiene más futuro que presente

*Marín pone en valor las frutas y hortalizas europeas y criticó que no haya un mayor control en las fronteras comunitarias de las partidas procedentes de países terceros.*

El sector de frutas y hortalizas tiene más futuro que presente”, expresó con rotundidad el presidente de Eucofel, el español Juan Marín, defensor de los intereses de los productores hortofrutícolas de la Unión Europea (UE) y convencido de que esta actividad no debe perder competitividad, sino ganar aún más, para lo que confió en que los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia ayuden a “mejorar su mecanización, robotización y sistemas de riego”.

Marín explicó que, a su juicio, la crisis de la Covid-19, “que sorprendió a todos de la noche a la mañana y obligó a la agricultura a reinventarse para abastecer al mercado con seguridad en el trabajo”, dejó claro que “Europa no tiene que depender de terceros países, algunos inmersos en problemas

geopolíticos, para alimentarse”. “La pandemia hizo ver que consumir alimentos procesados no es lo más sano”, como lo demuestra el incremento de la demanda de frutas y verduras frescas durante 2020, que en España llegó a ser de hasta el 20% en el primer semestre, subrayó.

“La pandemia ha dejado huella en el consumo”, apuntó, tras plantear que “entre los grandes beneficiados están las cadenas de distribución de Europa, que han encontrado un nicho de nuevos clientes”.

El tirón de la demanda de productos saludables como los hortofrutícolas impulsará una próxima campaña de promoción que Eucofel lleva a cabo, desde 2019, para la promoción de su consumo a través de los programas CuTE, que cuentan con fondos euro-

peos. Marín puso en valor las frutas y hortalizas europeas y criticó que no haya un mayor control en las fronteras comunitarias de las partidas procedentes de países terceros, “a las que no se aplican las mismas reglas de juego” en materia fitosanitaria que a las europeas.

El presidente de Eucofel también lamentó que se utilice como “moneda de cambio” a la actividad agrícola en la firma de acuerdos de la Unión Europea (UE) con países no comunitarios, pero se mostró esperanzado en que la Administración “aperturista” de Joe Biden dé pie a una mayor exportación de hortalizas y conservas vegetales europeas a Estados Unidos. Como ejemplo, recordó que la puesta en marcha del acuerdo UE-Canadá ha supuesto “un antes y un después”.

- Personalizable a todo color
- Plastificado interior
- Tapa plástica
- Cierres especiales
- Celulosa termosellable



Especialistas en packaging sostenible. Sustainable packaging specialized.

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

# Clara Aguilera apuesta por impulsar la sostenibilidad manteniendo la competitividad agrícola

Presenta 54 enmiendas al informe de opinión del Parlamento europeo sobre la 'Estrategia de la granja a la mesa'.

La eurodiputada Clara Aguilera, ponente del Grupo Socialdemócrata de la Comisión de Agricultura de la 'Estrategia de la granja a la mesa', ha presentado 54 enmiendas al informe de opinión del Parlamento Europeo sobre dicha estrategia. Aguilera valoró positivamente esta estrategia como propuesta de trabajo a desarrollar en los próximos años, al "recoger de manera integral los cambios que se deben abordar en los sistemas alimentarios en la UE para afrontar los retos del cambio climático".

No obstante, dijo, "hay aspectos que mejorar, relacionados con algunas propuestas medioambientales, económicas y sociales". "Queremos impulsar la sostenibilidad, pero manteniendo una adecuada y necesaria competitividad de las explotaciones agrícolas y ganaderas, porque de lo contrario será

imposible preservar la agricultura europea", insistió la eurodiputada.

Aguilera señaló que la agricultura europea "no parte de cero" en su transición hacia la sostenibilidad del sistema alimentario y que será "necesario contar con la complicidad de nuestros agricultores". En este sentido, lanzó un doble mensaje: "Reconocimiento de lo ya realizado, aunque también reconocemos que quedan muchas cosas por hacer, y esto también debe ser asumido por los agricultores y ganaderos".

En cuanto a los objetivos de reducción para 2030 recogidos en la estrategia, destacó que, aunque son objetivos políticos de momento, se deben realizar para cada uno de ellos el correspondiente estudio de impacto, "basado en el mejor conocimiento científico, antes de ser trasladados a alguna normativa", insistió.

Las enmiendas socialistas también apoyan la reducción del uso de fitosanitarios, "que debe llevarse a cabo con soluciones alternativas viables en el mercado para los agricultores y con todas las herramientas que la ciencia y la tecnología ponen a nuestro alcance, incluyendo la biotecnología".

Asimismo, hizo una mención especial a la Dieta Mediterránea, "reconocida por la Unesco en 2010 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, que debe ser expresamente reconocida en esta estrategia, porque es una fórmula dietética saludable y sostenible".

En cuanto al etiquetado frontal de perfiles nutricionales, la eurodiputada dijo que "nuestras enmiendas apoyan un sistema obligatorio de etiquetado de perfiles nutricionales, establecido a escala de la UE".



OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE



## RESPONSABILIDAD Natural

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.



# Los premios “5 al día” reconocen la labor de las empresas hortofrutícolas frente a la Covid-19

La asociación celebra su Jornada Profesional en el Año Internacional de las Frutas y Verduras propuesto por la FAO.



En la Jornada Profesional de “5 al día” se expuso la campaña de promoción del Ministerio de Agricultura ‘El país más rico del mundo’.

La asociación “5 al día” ha celebrado su XIII Jornada Profesional, patrocinada por Euro Pool System España, Cajamar, Patatas Meléndez, Sakata Seed Ibérica y UNIQ e inaugurada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que tuvo lugar de forma híbrida debido a la situación marcada por la pandemia.

En la jornada se abordaron las oportunidades de este año 2021, que será clave para el sector hortofrutícola y las entidades que están relacionadas con la producción, comercialización y promoción de frutas y hortalizas en todo el mundo, pues ha sido declarado por Naciones Unidas como el Año Internacional de las Frutas y Verduras (AIFV) a propuesta de la FAO.

También estuvo presente el director de Fruit Attraction, Raúl Calleja, que contó las novedades de la feria después de un año complicado marcado por la pandemia, al tiempo que dio las claves para convertir el paso por la feria en otra herramienta de marketing.

El director de Innovación de Aecoc, Jordi Mur, abordó los Fondos de Recuperación Europeos ‘Next Generation’, que supondrán una inyección para las

empresas españolas de más de 140.000 millones de euros entre préstamos y transferencias.

Para finalizar la jornada, tuvo lugar la entrega de los XIV Premios “5 al día”. En esta edición, además de premiar el compromiso de las entidades que participan en la difusión del mensaje que lanza “5 al día”, también hubo un reconocimiento de la labor de todos los medios de comunicación del sector que colaboran estrechamente con la asociación en su día a día, reconociendo así la importante labor de información acerca de la Covid-19 realizada durante 2020.

Con la organización de la XIV edición de los Premios “5 al día” culminan los actos de celebración del 20 aniversario de la asociación, que comenzaron en un evento conmemorativo donde se reunieron los socios de “5 al día” y que ha estado marcado por la pandemia durante este último año.

Los premiados de esta edición han sido, en categoría infantil, la empresa El Dulce Growers S.L. por su proyecto multimedia Mundo Carakuato, que tiene como objetivo el fomento de la vida saludable y la promoción del con-

sumo de frutas y hortalizas mediante un videojuego educativo, adaptado a un formato dispositivo móvil, web y tablet. En la categoría sociedad, la entidad premiada ha sido la Asociación para Promover el Consumo de Brócoli +Brócoli, que refleja en todas sus actividades el compromiso de difundir la importancia de unos hábitos saludables, donde la promoción de las frutas y hortalizas en general y del brócoli en particular son los protagonistas en todas sus acciones.

Y, por último, en la categoría divulgación, que en esta edición es muy especial, se ha premiado a todos los medios de comunicación del sector que colaboran estrechamente con “5 al día” en su día a día, reconociendo así la importante labor de información acerca de la Covid-19 que han realizado durante el año 2020 la publicación Código 84 de Aecoc, Qcom.es de Agrifood, Revista Fruit Today, Revista Agricultura de Editorial Agrícola Española, Revista F&H de Horto del Poniente, Infoagro.com, revista Mercados, Eurofresh Distribution, Valencia Fruits y la publicación eComercio Agrario de Siete Agromarketing.

# Freshuelva participa en la asamblea general en formato híbrido de la asociación “5 al Día”

*Las empresas asociadas conocen la memoria de actividad del pasado año y el plan de acción para 2021.*

El pasado 5 de marzo tuvo lugar la XXIII Asamblea General de Socios de “5 al día”, patrocinada por Euro Pool System España, Cajamar, Patatas Meléndez, Sakata Seed Ibérica y UNIQ, y que en esta ocasión se celebró en formato híbrido debido a la situación marcada por la pandemia.

En el evento híbrido se reunieron las empresas que forman parte de “5 al día”, algunas de forma presencial en el salón de actos del Centro Administrativo de Mercamadrid, entidad que cada año participa como colaborador del evento, con todas las medidas de seguridad y garantías higiénico-sanitarias que marca la Ley, y en streaming más de 70 empresas asociadas, entre ellas, Freshuelva.

Este año, marcado por la pandemia, se planteó la presentación de la documentación de una manera más ágil y

visual, evitando la entrega de materiales físicos a los asistentes, siendo enviados todos los documentos vía mail con antelación.

Se presentó la memoria de actividades llevadas a cabo el pasado año, en la que, entre otros temas, se repasaron las acciones llevadas a cabo para la celebración del 20 aniversario de la asociación y se recordó la campaña de televisión que se puso en marcha en el mes de abril, cuando saltó la pandemia.

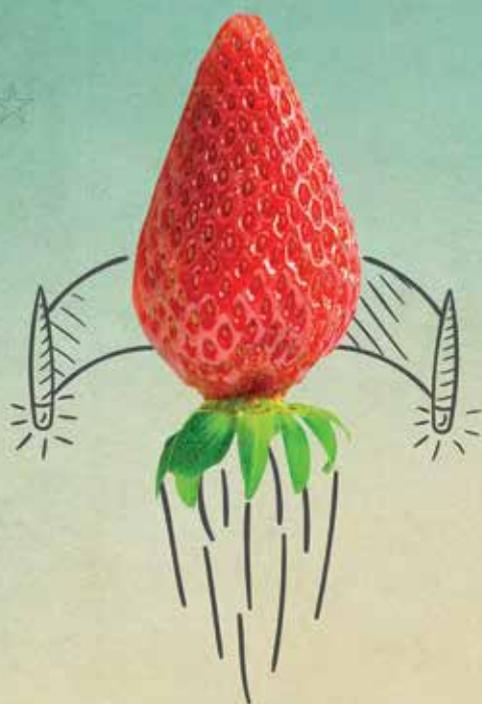
Además, se aprobaron las cuentas de 2020 con un resultado positivo. También se informó de la realización de una auditoría de cuentas externa, que se realiza cada dos años, siendo el resultado sin salvedades.

Con respecto al plan de acción, la directora destacó que desde la asociación se están comenzando con los trámites de presentación a una cam-

paña de promoción genérica subvencionada por la Unión Europea, para los próximos tres años (2022-2024) de la mano de Plátano de Canarias.

Asimismo, se detallaron las acciones y campañas previstas para el 2021, aprobándose el presupuesto presentado para el desarrollo de las mismas durante todo el año.

El presidente del Comité Científico, por su parte, informó a los presentes de los trabajos llevados a cabo durante el último año en materia de revisión de contenidos para la asociación, asesoramiento nutricional a socios y participación en medios de comunicación; e informó que la reunión anual del Comité Científico de la Asociación se celebrará en formato online y en ella los integrantes deliberarán sobre los documentos y asuntos que se han trabajado a lo largo del 2020.



Impulsamos la innovación



[www.fresondepalos.es](http://www.fresondepalos.es)

# Coitand se reúne con Freshuelva y otros colectivos de los sectores agrícolas de la provincia de Huelva

En el encuentro se analizaron las nuevas amenazas que están sufriendo los cultivos de berries y cítricos.

La Delegación de Huelva del Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Andalucía Occidental (Coitand) ha celebrado una reunión online con las distintas instituciones referentes en el sector agrícola de la agricultura en sus cultivos más representativos, entre ellos, Freshuelva, en representación del sector onubense de los frutos rojos.

El principal objetivo de dicho encuentro se centró en la colaboración mutua entre la Administración con el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas y las distintas agrupaciones de agricultores frente a las nuevas amenazas que se están presentando en los cultivos de cítricos y berries. En este sentido, el Coitand destacó la labor realizada por el equipo de Sanidad Vegetal, al que se pretende incrementar su divulgación y apoyar por parte

de los técnicos que desarrollan su labor diaria a pie de campo.

Participaron en el encuentro el delegado Coitand en Huelva, Julio Volante; el director del IFAPA en Huelva, Juan Jesús Medina; el presidente de la Asociación de Citricultores de la provincia de Huelva (ACPH) Lorenzo Reyes; la responsable técnica de Freshuelva, Mamen Mingorance; la jefa del Departamento de Sanidad Vegetal, Elisa Domínguez Garzón; y el jefe de Servicio de Agricultura, Ganadería, Industria y Calidad, Alejandro Palacio.

También se abordaron otros problemas de interés provincial como la situación actual de *scirsothrips aurantii* como plaga polífaga, *planococcus citri* por su exponencial presencia en los arándanos, *delottococcus averiae* como posible amenaza en próximas fechas, situación de *tryoza eritrae*...; así como

factores como ciclos biológicos en las condiciones tanto al aire libre como bajo plástico, medios de lucha tanto químicos como otras alternativas, o localización de las nuevas plagas.

Los desinfectantes de suelos fueron otros de los protagonistas por la situación de modificación por parte del Ministerio de Agricultura, con la intención por todas las partes de alargar en lo posible el uso de los mismos bajo unas condiciones de sostenibilidad y cumplimiento de la normativa vigente.

Cambios de normativas referentes a nitratos, fosfatos y reducción de abonos y materias activas en nuestros cultivos; así como nuevas exigencias de calidad como pueden ser los percloratos serán abordados en próximas reuniones, tal y como quedaron todas las partes de acuerdo tras la satisfacción del desarrollo de la reunión.

INNOVACIÓN & SERVICIO

## LA MENOR ALTURA DE CAÍDA DEL MERCADO

La nueva envasadora de Azcaval cuenta con la menor altura de caída de descarga del mercado. Alcanza una producción de 1200 kg/h con una precisión de 0 a +3 g.

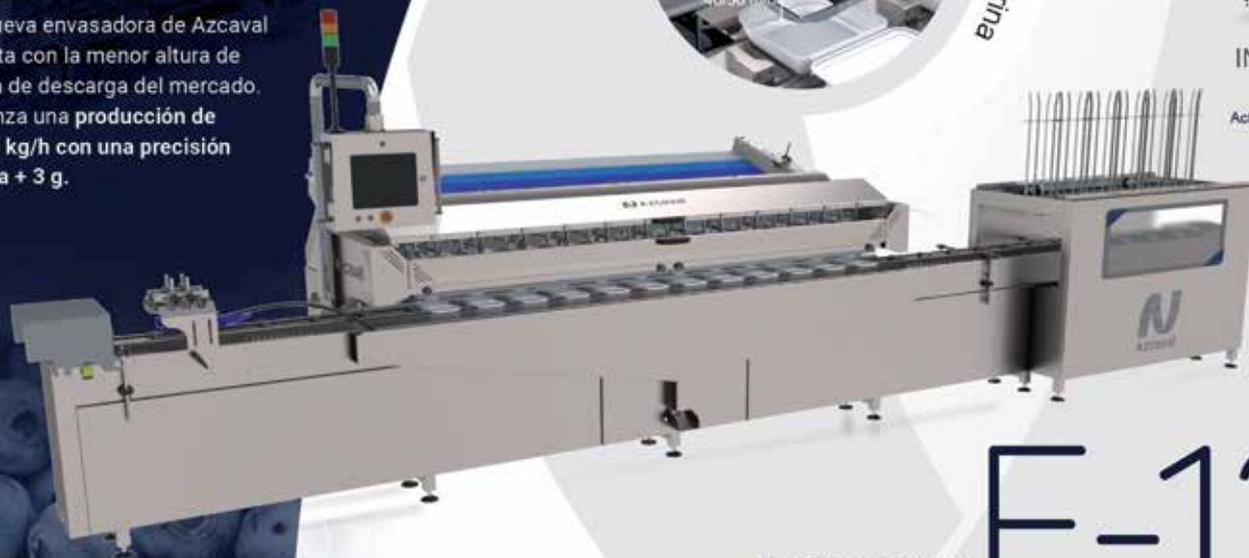
tan solo 40/50 mm hasta la tartrina

**Azcaval**  
INGENIERIA DEL ENVASADO



### INDUSTRIA 4.0

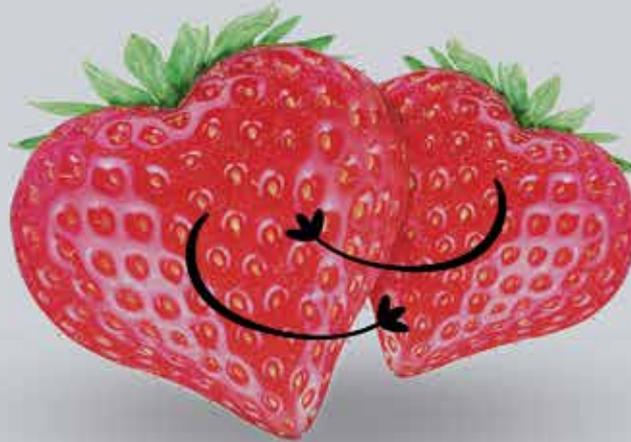
- Control remoto 100%
- Actualizaciones de Software
- Extracción de datos de producción
- Regulación automática ancho y alto de envases



+ MÁXIMA FIRMEZA  
MAYOR BLOOM

**E-120**  
MULTIFORMATO

**NO PODEMOS HACER QUE  
DOS FRESAS SE ENAMOREN**



**PERO SÍ QUE PAGUES  
CERO INTERESES**



**0% TIN**  
**1,72% TAE\***  
**0,85%**  
comisión de apertura  
Plazo: **6 meses**



¡Descárgate Agrobessana!

La aplicación para el sector agrario.

Toda la información que necesitas está en tus manos de manera gratuita.



\*Supuesto calculado para un importe de 30.000€ y un plazo de 6 meses. Comisión de apertura: 0,85% (255€). TIN: 0%. TAE: 1,72%. Intereses: 0€. Coste total del crédito: 255€. El importe total adeudado es de 30.255€. Sistema de amortización francés. El pago del capital se efectuará al vencimiento (30.000€). Sin comisión de estudio ni cancelación. La concesión de las operaciones estará sujeta a los criterios de riesgo habituales de la entidad. Oferta válida hasta el 31 de mayo de 2021. Cajasur Banco, S.A.U., Avda. Ronda de los Tejares, 18-24. 14.001 Córdoba, C.I.F. A-95622841. Inscrita en el Registro Mercantil de Córdoba, tomo 2458, folio 1, inscripción 1ª, hoja CD-35656.

# Yolanda Rubio y Juan Antonio García asumen las competencias agrícolas de la Diputación de Huelva

**E**l pleno de la Diputación de Huelva ha dado cuenta de la nueva estructura orgánica del ente provincial, entre otros asuntos. Se dio a conocer la delegación de facultades de la Presidencia, la modificación de las denominaciones y atribuciones de las direcciones estratégicas, así como el nombramiento de las nuevas vicepresidencias.

Los diputados Yolanda Rubio y Juan Antonio García compartirán competencias en materia agrícola. La primera, Yolanda Rubio, asumirá la asistencia a la Vicepresidencia de Innovación Económica y Social en materia Innovación Tecnológica, Desarrollo Territorial, Emprendimiento e Innovación Agrícola-Ganadera.

Por su parte, Juan Antonio García será el vicepresidente de Innovación Económica y Social, con competencias en materia de Innovación Tecnológica, Desarrollo Territorial, Emprendimiento, Innovación Agrícola-Ganadera,

Bienestar Social, Cultura y Deportes. En cuanto a la estructura orgánica, Lourdes Martín será la que ocupe la Vicepresidencia de Innovación Local, con competencias en materia de Arquitectura, PFEA, Carreteras y Caminos, Servicios Generales y Mantenimiento, Medio Ambiente y Energía y Control de Plagas.

Rosa Tirador será la diputada territorial de la Cuenca Minera y diputada primera en la asistencia a la Vicepresidencia de Innovación Local; mientras que Silvia Durán será la diputada territorial de la Sierra y diputada segunda en la asistencia a la Vicepresidencia de Innovación Local. Bella Canales, por su parte, ejercerá la asistencia a la Vicepresidencia de Innovación Económica y Social en materia de Bienestar Social, Cultura y Deportes; Ezequiel Ruiz será el diputado de Recursos Humanos, Contratación y Patrimonio y Formación, así como tendrá, entre sus competencias, la asistencia de la pre-

sidencia e Innovación Pública en dichas materias.

Aurora Águedo será la diputada territorial de la Costa, con competencias delegables de la presidencia en la Costa; Leonor Romero será la diputada territorial del Área Metropolitana con asistencia a la Presidencia en materia de Políticas Transversales; Pablo Valdera será diputado territorial del Condado 1, con competencias delegables de la Presidencia en la zona del Condado; mientras que María Dolores Bermúdez será la diputada territorial del Condado 2, con competencias delegables de la presidencia en la zona del Condado. Antonio Beltrán será el diputado territorial del Andévalo, con competencias relativas a la Vicepresidencia del Servicio Provincial de Recaudación y Gestión Tributaria de Huelva; y José Fernández asumirá las competencias delegables de la Presidencia en Huelva capital, sin régimen de deducción exclusiva.

## Descubre la nueva Zephyr V2

Innovación que se traduce en mayores rendimientos

¿Necesitas una cotización?

▶ **Contáctanos!** ◀



**Gama completa de fertilizantes solubles**  
de alta calidad para una fertirrigación eficiente.



EuroChem Agro Iberia, S.L.  
[www.eurochemiberia.com](http://www.eurochemiberia.com)



## Freshuelva participa en la asamblea informativa de la Plataforma por el Túnel de San Silvestre

*La comisión de la Plataforma informó a sus integrantes de todas las reuniones mantenidas en el último año.*

La Plataforma por el Túnel de San Silvestre ha analizado la situación del proyecto de obras en una reunión por videoconferencia en la que se conectaron sus más de 30 integrantes, entre ellos Freshuelva, en una asamblea informativa donde la comisión de la Plataforma dio cuenta de los últimos pasos del proyecto.

Esa reunión sirvió para explicar a los asistentes la actividad de la Plataforma que, “a pesar de estar inmersos desde comienzos de 2020 en una pandemia mundial que lo ha ralentizado todo, no nos ha detenido en nuestro objetivo de luchar para que el desdoble del túnel de San Silvestre sea una realidad”, argumentó la comisión.

El principal asunto de la reunión fue el traslado a todos los integrantes del compromiso del secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán, con la comisión de la Plataforma el pasado mes de diciembre. Por un lado, “tener el proyecto terminado, con algunos retoques al que ya elaboró la Junta de Andalucía, antes de finalizar el primer trimestre del año y presentarlo en la provincia de Huelva; por otro lado, que la licitación de la obra se hiciera en verano y, finalmente, que a final de año estuviera adjudicada”.

Además, la comisión informó de las reuniones y contactos que se han



Los integrantes de la plataforma analizaron la situación de las obras del desdoble.

mantenido en el último año, con administraciones, partidos políticos, instituciones, el sector de la banca..., “todo ello para transmitir la importancia del proyecto de desdoble y pedir celeridad en su ejecución”. Recordó también que durante este año puso en marcha un ciclo de desayunos informativos –que retomará en cuanto sea posible debido a la Covid– para medios de comunicación con los representantes de los usos del agua que circula por el túnel. El pri-

mero tuvo como protagonista al sector industrial, con el presidente de Aiqbe, Carlos Ortiz, y el compromiso que salió de esa reunión es que puedan sumarse el consumo urbano, el turismo y el resto de afectados por el desdoble.

“No éramos conscientes del problema” hasta que la Plataforma lo puso encima de la mesa, “dando a conocer qué ocurría con el túnel y la importancia de ejecutar su desdoble cuanto antes”, defendió la Plataforma.

## El Fresno cerrará los pozos de la nueva concesión antes de julio

*La comunidad de regantes cumplirá así con uno de los requisitos para haber obtenido esta concesión.*

La Comunidad de Regantes El Fresno Guadalquivir se ha marcado el compromiso de tener cerrados todos los pozos de los agricultores que recibirán la nueva concesión de agua de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir (CHG) antes del 1 de julio.

Con esta acción, El Fresno Guadalquivir estará cumpliendo con uno de los condicionados que ha establecido la CHG para recibir esta concesión.

Para informar a los beneficiarios de todos los requisitos, la comunidad de regantes está manteniendo reuniones con pequeños grupos de agricultores en sus instalaciones, al aire libre. La comunidad de regantes del Condado de Huelva cumple así con las condiciones de seguridad y salud necesarias y ante la imposibilidad, debido a la Covid-19, de celebrar una asamblea con casi 200 agricultores. En el caso del cierre de pozos, es un requisito indis-

pensable para recibir el agua superficial y esta no llegará a la finca hasta que se haya cumplido con el cierre.

Además, existe una nueva normativa que obliga a clausurar y a inutilizarlos con tierra y una última capa de hormigón. Es por esto que no solo se cerrarán los 170 pozos de las 318 hectáreas, sino que se revisarán los que ya estaban cerrados anteriormente, desde 2018, para cumplir con lo exigido. En total, se inutilizarán unos 450.

# El Gobierno iniciará las obras del desdoble del túnel de San Silvestre a final de 2021 o principios de 2022

Con una inversión de 64 millones, será la mayor inversión en infraestructuras de aguas de todo el país.

Satisfacción generalizada tras la reunión en la que el secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán, informó de todos los detalles del proyecto de desdoble del túnel de San Silvestre, una infraestructura fundamental para la provincia de Huelva que, con 64 millones de euros, se convierte “en la mayor inversión en infraestructuras de la Dirección de Aguas en todo el país”.

La Diputación de Huelva acogió esta reunión, en la que Hugo Morán aseguró que el desdoble del túnel “es una infraestructura vital y tiene toda la atención del Ministerio”, destacando que “hay capacidad presupuestaria para ponerla en marcha”, y anunciando los plazos de ejecución del proyecto.

En abril se inicia la tramitación ambiental -proceso que dura un máximo de dos meses- y a finales de este semestre estaría prevista la licitación de la obra. De esta manera, la adjudicación, la firma del contrato y el inicio de la obra podría realizarse antes de que finalice el año en curso o a comienzos del próximo.

Tras el encuentro, la presidenta de la institución provincial, María Eugenia Limón, aseguró estar asistiendo a un “día histórico”, por lo que se sentía “muy orgullosa de que el Gobierno de España haya mantenido su palabra con la provincia de Huelva”. Para Limón, este proyecto es un ejemplo “de cómo



Representantes de las administraciones en la presentación del proyecto de desdoble.

aunar esfuerzos entre todos”.

Según afirmó, con el desdoble del túnel se consiguen tres objetivos fundamentales: “preservar nuestro medio ambiente, preservar nuestros recursos hídricos y preservar nuestra economía, por lo que es una infraestructura esencial, no solo para la agricultura, sino también para el consumo humano”.

Para la subdelegada del Gobierno, Manuela Parralo, la información del

secretario de Estado demuestra “que tenemos un Gobierno serio, que cumple con sus compromisos, desde que anunció que la inversión estaría recogida en los Presupuestos Generales del Estado”.

A la reunión también asistieron los miembros de la Plataforma del Túnel de San Silvestre, Ángel Goristidi, Antonio Hornero y Pedro Tejada, que mostraron su satisfacción por el proyecto.

## El 80% de los hogares de la provincia necesita el desdoble

Los onubenses tienen agua gracias a la distribución que posibilita el ahora saturado túnel de San Silvestre.

Lo que no se ve, no existe. Esa parece haber sido la realidad del túnel de San Silvestre (1971) durante su medio siglo de vida. Estar escondido dentro de una montaña en la localidad de San Silvestre de Guzmán, no tener más envergadura que la de una persona de pie, no haber dado problemas hasta ahora, etc., le han hecho pasar desapercibido durante 5 décadas, a pesar de ser imprescindible para la distribución del agua en la provincia

de Huelva: el agua del 80% de los hogares de la provincia pasa por él.

“Todos abrimos el grifo en casa y no nos preguntamos por qué sale el agua por ahí”, explicó la Plataforma por el Túnel de San Silvestre, que añadió que este simple gesto es posible porque tenemos un túnel que distribuye el agua de norte a sur de la provincia de Huelva, entre los embalses del Andévalo, Chanza y Piedras. Hasta que llega a la localización de esta infraestructura

esencial (entre el Chanza y el Piedras), el agua circula por gravedad, pero, “llegado este punto, hubo que sortear una montaña con una tubería interior”. Así nació el túnel de San Silvestre.

Fue construido para una realidad totalmente diferente a la que tenemos ahora, menos población a la que abastecer, diferente actividad en la industria y la agricultura y menos turismo, pero ahora el túnel ya no puede más y necesita con urgencia un desdoble.

# “5 al día” lanza la campaña de concienciación ‘Perfectamente imperfectos’ contra el desperdicio

*Pone en marcha otra iniciativa en las redes sociales para celebrar el Día del Frutero.*

La asociación “5 al día” ha puesto en marcha la campaña ‘Perfectamente imperfectos’ para concienciar sobre el desperdicio alimentario, teniendo en cuenta que, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se desperdician más de 1.300 millones de toneladas de alimentos al año en el mundo, de los que 89 millones de toneladas son de la Unión Europea. En nuestro país 7,9 millones de toneladas de comida son desperdiciadas, el 46%, frutas y hortalizas.

En este contexto, además, algunas frutas y hortalizas presentan formas extrañas, bultos, están muy maduras o a veces son más pequeñas de lo que estamos acostumbrados y, aunque esto no indica para nada que estén en mal estado, es una de las causas de que no lleguen a los estantes de los supermercados y fruterías al tener ese aspecto “imperfecto”. Con ‘Perfectamente Imperfectos’, “5 al día” persigue sensibilizar a la población sobre el impacto en nuestro planeta del desperdicio de frutas y hortalizas y, en especial, aquellas que no presentan una apariencia atractiva y pueden producir rechazo en su comercialización con el *claim*, Todos Somos “Perfectamente Imperfectos”.

Con esta iniciativa, la asociación se suma a la lucha contra el desperdicio alimentario, sobre todo de frutas y hortalizas, ofrece información relevante para el mayor aprovechamiento de estos alimentos, al tiempo que detecta en qué eslabones de la cadena alimentaria se desperdician las frutas y hortalizas imperfectas para poner en marcha estrategias.

Para ello, “5 al día” cuenta con el apoyo del gran Martín Berasategui, el chef español que cuenta con 12 estrellas Michelin, quién apoya la campaña “Perfectamente Imperfectos” y estará presente en distintas acciones que se van a llevar a cabo durante este año 2021.

La asociación hizo un llamamiento a las empresas del sector hortofrutícola asociadas a “5 al día” a unirse al proyecto incorporando el sello en to-



dos tus soportes (web, Redes Sociales, envases, folletos, etc.) para luchar desde su empresa con esta problemática. “Queremos llenar los puntos de venta con el sello de ‘Perfectamente Imperfectos’ para que el consumidor reconozca el mensaje y se conciencie a la hora de hacer la compra de frutas y hortalizas”.

Se puede solicitar más información enviando un mail a [administracion@5aldia.com](mailto:administracion@5aldia.com), desde el que “5 al día” explicará cómo unirse.

Por otra parte, “5 al día” ha celebrado como cada año el Día del Frutero poniendo en marcha en esta ocasión una campaña en redes sociales para homenajear a estos profesionales y poner en valor el peso que tiene en la economía española la venta de frutas y hortalizas.

En la campaña han podido participar los fruteros subiendo a las redes sociales un vídeo diciendo “Yo Soy Frutero” y poniendo la mano con el gesto del 5; o bien subiendo una foto con el gesto del 5 poniendo el hashtag #YoSoyFrutero.

Las personas que no son fruteros o fruterías también han podido participar grabando un vídeo diciendo “Yo Apoyo al Frutero” y poniendo la mano con el gesto del 5, o bien subiendo una foto con el gesto del 5 y con el hashtag #YoApoyoalFrutero.

Durante la campaña, activa todo el mes de febrero, la asociación “5 al día” subió a sus redes sociales todas las fotografías y vídeos recibidos en apoyo a esta iniciativa, que se pueden visualizar a través de los diferentes perfiles y páginas de la asociación “5 al día” en las redes.

ARAW®

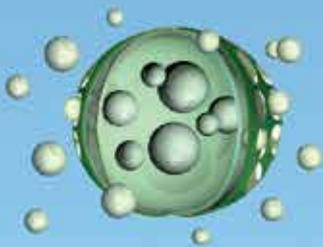
**Araw**®



ARAW®

## TUS COSECHAS SON LAS MÁS ADMIRADAS

PRODUCTO DESARROLLADO POR EDEN RESEARCH  
EXCLUSIVAMENTE PARA SIPCAM



- Biofungicida inspirado en la naturaleza.
- Excelente control de enfermedades en preventivo y con primeros síntomas.
- Máxima protección duradera, mínimo plazo de seguridad.
- Manejo flexible y sin residuos.



[sipcamiberia.es](http://sipcamiberia.es)

Uso reservado a agricultores y aplicadores profesionales. Lea siempre la etiqueta antes de usar el producto y siga las instrucciones.

  
**SIPCAM**  
IBERIA

# El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación convoca los Premios Alimentos de España 2020

*Son ocho categorías con las que se busca promover y estimular la actividad de la cadena alimentaria española.*

**E**l Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha convocado el Premio Alimentos de España 2020, que contempla ocho modalidades: industria alimentaria, producción ecológica, internacionalización alimentaria, producción de la pesca y la acuicultura, comunicación, restauración, accésit a la iniciativa emprendedora y premio extraordinario Alimentos de España.

Las solicitudes de participación habrán de dirigirse al ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación y se presentarán, a través del registro electrónico del MAPA, en la sede electrónica: <https://sede.mapa.gob.es>, donde existe un modelo normalizado de solicitud.

La convocatoria se ha realizado mediante un extracto de orden que se ha publicado en el Boletín Oficial del Es-



tado, pero las bases completas con todos los detalles de la misma se pueden consultar en la web del MAPA.

Estas distinciones, que comenzaron a otorgarse en 1987, tienen como objetivo promover y estimular la actividad de la cadena alimentaria en la produc-

ción, transformación, utilización, conocimiento y consumo de los alimentos de España. También reconocen el esfuerzo comercializador, innovador, de desarrollo rural y cuidado del medio ambiente y la elaboración de alimentos de calidad.

## Aliados con la Naturaleza

### Control biológico de plagas y enfermedades en fresa y berries.

- Enemigos naturales, microorganismos beneficiosos y feromonas para controlar las plagas de forma natural, sin residuos y sin generar resistencias.
- Colmenas de abejorros para cada necesidad de polinización que se adaptan perfectamente al ciclo de floración del cultivo.



# La innovación da buenos frutos

- Promueve la acción fitohormonal directa en el crecimiento y en la productividad
- Promueve la absorción de Fósforo, permitiendo una reducción significativa de la fertilización convencional
- Acción positiva sobre la actividad enzimática (fosfatasa, ureasa,  $\beta$ -Glucosidasa)



**asfertglobal**

El nacimiento de una nueva agricultura

mas información en  
[asfertglobal.com](http://asfertglobal.com)



# Amazon lanza Amazon Fresh para la distribución a domicilio de productos agroalimentarios

Se suma a la tienda de Dia, ambas disponibles en Amazon, para clientes Amazon Prime en Madrid, con el objetivo de ampliar el servicio a millones de clientes Amazon Prime en toda España durante el presente año 2021.

Amazon.es ha anunciado el lanzamiento de Amazon Fresh, que se suma a la tienda de DIA lanzada a principios de año, ambas disponibles para clientes Amazon Prime en Madrid en Amazon.es o a través de la aplicación de Amazon. El objetivo de la compañía es servir a millones de clientes Amazon Prime en toda España a lo largo de 2021, si bien los clientes Amazon Prime en Madrid y alrededores pueden disfrutar ya de este servicio de entrega rápida a domicilio.

Los clientes Amazon Prime pueden realizar su compra entre más de 10.000 artículos en Amazon.es/fresh, entre los que se incluyen productos frescos y congelados, carne, pescado, frutas y verduras, lácteos, aperitivos, artículos de primera necesidad -todo para la compra de la semana-, así como pro-

ductos de belleza y cuidado personal, juguetes y artículos de papelería. Todos ellos estarán disponibles con entrega el mismo día, en franjas de dos horas y sin coste de envío en pedidos superiores a 50€. Además, los clientes Prime podrán realizar la compra en la tienda de DIA a través de Amazon.es, donde encontrarán más de 7.000 artículos de marca DIA, así como productos locales y de grandes marcas.

“Estamos muy contentos por ampliar nuestro servicio de entrega rápida de productos de alimentación, belleza y cuidado personal, así como otras categorías con el lanzamiento de Amazon Fresh”, declaró Camille Bur, Country Manager de Amazon Fresh en España, Francia e Italia. “Siempre buscamos formas de mejorar la experiencia de compra online y creemos que

los clientes Amazon Prime en Madrid estarán encantados de poder hacer su compra en Amazon Fresh o en la tienda de DIA en Amazon.es”, añadió.

Por primera vez, los clientes Prime en Madrid y alrededores pueden realizar la compra en las tiendas de Amazon Fresh y DIA a través de Amazon.es. Los clientes pueden consultar fácilmente la disponibilidad del servicio en su código postal en Amazon.es/supermercado.

Cualquiera puede hacerse cliente Amazon Prime o acceder al periodo de prueba gratis de 30 días en Amazon.

La selección de productos disponible Amazon Fresh y DIA incluye tanto las marcas más conocidas, como productos locales, con entregas en franjas de dos horas, siete días de la semana, sin coste en pedidos de más de 50€.

**NaturPlás**  
Te cubrimos de experiencia  
[www.naturplas.com](http://www.naturplas.com)

Ahorro de costes  
Tratamiento anti UV  
Disminuye la polución  
Propiedades mecánicas  
Aumenta la efectividad biocida  
Protege la cubierta del invernadero  
Reduce el tiempo de desinfección



**Tifilm**®

**Acolchado Barrera**

**Comportamiento de Tifilm Barrera**



# Crean una plataforma que conecta a restaurantes con pequeños agricultores sin intermediarios

*El marketplace permite al restaurante conocer la trazabilidad de los productos y al agricultor llegar al cliente final.*

La startup HarBest Market, que acaba de ser seleccionada por la aceleradora Lanzadera, propone con su solución un nuevo modelo de cadena de suministro, de forma que permite entregas en menos de 24 horas desde la recolección hasta la llegada al restaurante, garantizando la frescura de la materia prima y un ahorro en costes de compra.

HarBest Market es una startup cuyo nuevo modelo de negocio busca revolucionar la cadena de suministro al conectar restaurantes con pequeños agricultores de diferentes zonas de España para la compra de frutas y hortalizas directamente, sin intermediarios.

La empresa, seleccionada recientemente por la aceleradora Lanzadera, fue creada en 2020 por tres jóvenes emprendedores madrileños que vieron

la oportunidad de ayudar al agricultor consiguiendo precios más justos a la vez que ayudar al hostelero, el cual puede recibir en su cocina materia prima fresca y de calidad a precios más competitivos al eliminar todas las comisiones del resto de intermediarios.

Este marketplace permite al restaurante conocer la trazabilidad real de los productos que compran. Los canales de comercialización tradicionales tienen como objetivo abastecer grandes volúmenes en muy poco tiempo y a un coste muy competitivo, lo que provoca que a menudo las hortalizas y frutas no lleguen a consumirse en su punto óptimo de frescura.

A través de la plataforma ([www.harbestmarket.com](http://www.harbestmarket.com)), el restaurante puede conocer a fondo las huertas de cada agricultor y ver el producto “en la mata” antes de hacer su pedido. La

startup garantiza que el producto pueda ser recolectado en el punto óptimo de maduración, facilitando que en menos de 24 horas el usuario lo tenga en su cocina.

Son los propios agricultores quienes suben a la plataforma fotos de sus productos y una breve descripción, lo que permite al hostelero conocer de primera mano el origen, la trazabilidad y el precio final del producto antes de adquirirlo; sin gastos de transporte añadidos puesto que los asume la propia plataforma. Cuentan ya con más de 50 agricultores y 90 restaurantes.

“La filosofía de HarBest Market es apoyar a la agricultura con precios más justos, fijados por los propios productores, y ayudar a la hostelería con un ahorro en costes y el uso de hortalizas y frutas locales más frescas”, aseguró Álvaro Pérez, CEO de HarBest Market.

QUEREMOS ESTAR  
Conectados contigo

**NEW HOLLAND**  
AGRICULTURE

**Newtrac**  
Concesionario oficial New Holland  
Pol. Tartessos calle A, nave 308, 21007 Huelva  
T: 959 356 687 / e-mail: [info@newtrac.es](mailto:info@newtrac.es)

QR code and social media links:  
 YouTube: /NEWHOLLANDAG  
 Facebook: /NEWTRAC\_NEW\_HOLLAND\_HUELVA  
 Instagram: /NEWTRAC\_AGRICULTURE



# ARTURO **BERNAL**

Consejero delegado de Extenda-  
Andalucía Exportación e Inversión  
Extranjera.

## “El sector de los berries ha entendido la inteligencia de mercado y la internacionalización como sus mejores garantías de futuro”

*Cuando apenas se cumple año y medio de su llegada Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera, Arturo Bernal (1966, Málaga) atesora el haber dirigido la etapa más difícil, sin duda, de esta entidad dependiente de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, pero también la más apasionante en cuanto a la cercanía con las empresas y a la interpretación y el conocimiento del comportamiento de los mercados que caracteriza a Extenda, de suma importancia en un contexto de pandemia como el que vivimos desde marzo de 2020 y que ha cambiado, sobre todo, la forma de relacionarnos. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga, Master de Dirección y Administración de Empresas por el Instituto de Empresa - IE Business School de Madrid y por el Instituto Internacional San Telmo de Málaga, y diplomado como experto en Administración Pública por el Instituto de Empresa y Harvard Kennedy School, Arturo Bernal ha puesto al servicio de Extenda todo su capital profesional para seguir aportando al crecimiento del importante sector agroalimentario andaluz, impulsando sus potenciales en el ámbito de la internacionalización.*

**Desde su posición, ¿cómo describiría la evolución del sector agrícola en general, y de los frutos rojos en particular, en los últimos años?**

El sector agroalimentario andaluz es un puntal de nuestro comercio exterior, que ha cerrado 2020 con 11.255 millones de euros exportados en alimentos y bebidas, un récord histórico que supone casi doblar lo que exportaba hace 10 años. Su importancia es tal que, en un año tan difícil como el pasado, ha aportado 7.000 euros de saldo comercial positivo a nuestra balanza comercial con el exterior.

En el caso de los frutos rojos, la evolución y el liderazgo es aún mayor, con un 126% más de exportaciones en los últimos 10 años, para alcanzar en 2020 los 1.207 millones exportados, que significa el 11% del total del agro andaluz. Huelva es la clara referente andaluza y española del sector, con nueve de cada diez euros que vende Andalucía y más de tres cuartas partes del total nacional.

**¿Qué papel juega la internacionalización en el sector de los frutos rojos?**

La evolución y desarrollo del sector de los frutos rojos en Andalucía y Huelva no habría sido posible sin la internacionalización; es la que nos ha permitido seguir creciendo y cualificando nuestras producciones para abastecer a Europa y cada vez a más mercados; y la que, debido a las exigencias que conlleva el proceso, ha convertido al sector agrario onubense en uno de los más competitivos de Europa, permitiendo, con

ello, el desarrollo de la zona litoral de la provincia más allá del turismo.

En este empeño, el desarrollo de nuevos cultivos y variedades ha permitido abastecer el mercado europeo durante el doble de semanas que hace un par de décadas y diversificar hacia nuevas producciones. En este sentido, me parece muy importante resaltar esa diversificación selectiva basada en el conocimiento de los mercados y que se manifiesta en cómo la producción de fresas y fresones se ha mantenido en los últimos años –en torno a las 330.000 toneladas–, frente a la de las frambuesas, cuya producción ha crecido más del doble, hasta casi 50.000 toneladas, al igual que la de arándanos, que superó las 45.000 toneladas en la última campaña.

Directamente relacionadas con la producción han evolucionado también las exportaciones, que han experimentado crecimientos aún mayores, sobre todo las frambuesas, que multiplica por cuatro sus exportaciones en la última década, hasta alcanzar los 404 millones de euros en 2020; y los arándanos, que las multiplica por cinco, hasta los 327 millones en 2020.

Esto nos muestra que el sector ha entendido la inteligencia de mercado y la internacionalización como las mejores garantías de futuro para sus empresas, para el crecimiento a través de la competitividad, para la creación de empleo y, por supuesto, para el desarrollo económico y social de la provincia de Huelva.

### ¿Qué retos de futuro cree que debe afrontar el sector para ganar posicionamiento internacional?

He de decir que el sector ya está en ello. Sin duda el reto está en la inteligencia de mercado y la diversificación, tanto en la producción como en la comercialización: diversificación en nuevos cultivos, variedades tempranas que mantengan la producción todo el año y que alarguen su vida útil; y diversificación de mercados para expandir el liderazgo que ya tiene en Europa a nuevos continentes, bajo la marca Andalucía, que debe ser sinónimo de productos de calidad y saludables.

Decirlo es fácil, hacerlo ya no tanto. Es algo que solo se puede conseguir redoblando la apuesta por la calidad y la innovación que el sector viene haciendo de forma ejemplar desde hace 40 años, no solo en la producción, sino también en la promoción para comercializar. Por eso, en Extenda siempre decimos que la internacionalización es igual a competitividad, porque estar presente en los mercados exteriores es, en definitiva, un estímulo permanente para la innovación y mejora de la calidad. Ahí es donde desde Extenda apoyamos al sector, en una promoción eficiente; a través de unos servicios de promoción especializados que aportan eficiencia, agilidad y resultados evidentes en los procesos de internacionalización, y también el know how a través de los servicios de diagnóstico y consultoría.

### ¿Cómo contribuye Extenda al incremento de la comercialización internacional de berries?

La promoción internacional de los alimentos y bebidas de Andalucía, entre los que se encuentran los berries, constituye una prioridad dentro de la programación de Extenda, hasta el punto de que una de cada tres acciones que organizamos cada año va destinada al sector agroalimentario. Este apoyo a las compañías del sector se vio reforzado en el pasado año 2020, en el que, pese a la reconfiguración de programación a la que nos obligó la pandemia, desarrollamos más de 450 acciones hacia empresas del sector agroalimentario, que registraron la participación de casi 2.000 firmas andaluzas, muchas de ellas de la provincia de Huelva.

En el caso de los berries, Extenda ha desarrollado acciones específicas durante los últimos años, que se mantienen en la actualidad, como la organización de la participación agrupada del sector en ferias de referencia como Fruit Logistica, Fruit Attraction o Gulfood. También la celebración de misiones comerciales en todos los mercados donde se detectan oportunidades para el sector que, a pesar de las restricciones ocasionadas por la pandemia, se siguen realizando en formato online, aprovechando la transformación digital puesta en marcha por Extenda y el trabajo desarrollado desde nuestra Red Exterior.

### ¿Qué valoración tiene del acuerdo firmado recientemente con Freshuelva?

Cuando hablábamos de redoblar los esfuerzos también nos damos por aludidos, en Extenda somos los primeros en levantar la bandera de la mejora constante. Este acuerdo entre Extenda y Freshuelva persigue precisamente eso, optimizar y coordinar nuestros respectivos recursos, programas y actividades, para potenciar la promoción internacional de un sector que Huelva, y Andalucía gracias a ella, lideran en España. En Extenda nos reinventamos continuamente con el objetivo de aportar valor diferencial a nuestro tejido empresarial y, en este sentido, este acuerdo nos permite adaptarnos a un servicio y un apoyo más a la medida de las necesidades reales del sector, aspecto en el que Freshuelva es la clave.

Así, a través de esta alianza público-privada, ambas entidades buscamos compartir información de valor para las empresas que dedican su producción a los frutos rojos y están interesadas en comenzar o mejorar sus procesos de internacionalización, con el objetivo de enfocar más eficazmente el diseño de estrategias de internacionalización marquistas o sectoriales. También se busca llevar a cabo, de manera conjunta, actividades divulgativas, como jornadas, estudios sectoriales y organización de visitas internacionales.

### ¿Qué opinión le merece el Congreso Internacional de Frutos Rojos organizado por Freshuelva? ¿Qué puede aportar Extenda para impulsar este evento tan importante para el sector?

Esta cita es el punto de encuentro más importante para esta industria y representa para Extenda una oportunidad ideal para, juntos, abordar la situación en la que se encuentra el sector en el mercado exterior; valorar la importancia de la internacionalización para esta industria y aportar, con los datos recopilados por nuestra división de Inteligencia, las oportunidades de mejora que se detectan en los mercados internacionales para los frutos rojos andaluces.

Por esta razón, y como fruto del acuerdo suscrito con Freshuelva, Extenda participará este año en la organización de este congreso, con el objetivo de apoyar al tejido empresarial andaluz y facilitar el desembarco y/o crecimiento en los diferentes mercados internacionales. Cada mercado tiene sus propias claves, lo bueno en Europa puede ser contraproducente en Asia.

Nuestro deseo es aportar todo el conocimiento y experiencia de nuestros responsables de mercado, nuestra Red Exterior, presente en 62 mercados, y otros servicios de Extenda, a través de ponencias de referencia para la industria, así como otras acciones de mayor calado que tendrán como fin último acercar la magnífica oferta de los frutos rojos de Andalucía al conjunto de la demanda internacional.

### ¿Cómo cree que debe afrontar actualmente el sector la promoción de sus productos, ante la incertidumbre de la celebración presencial de ferias como Fruit Logistica o Fruit Attraction?

El mundo que viene será digital –ya casi lo es– por lo que la promoción y buena parte de los procesos empresariales y de internacionalización serán digitales. Huelva trajo a Europa el primer plantón de fresa de California antes que los demás. Sobre esa innovación se cimentó el liderazgo que ahora ostentamos, por lo que nuestra obligación para seguir siendo líderes es llegar a la plena digitalización antes que los demás, esa es la innovación actual.

El último año, el difícil 2020, además de muchas cosas malas nos ha permitido a todos hacer un ‘máster’ en actividad digital. En Extenda iniciamos ese proceso de transformación digital en 2019, lo que nos permitió dar respuesta a las empresas de forma eficiente en 2020, adaptando la mayor parte de nuestra programación de promoción y de nuestros servicios al formato virtual. Por eso animamos a la industria de los frutos rojos a apostar por la transformación digital, enfocada a la producción, la promoción y la comercialización.

Las ferias volverán y, sin duda, seguirán siendo un espacio privilegiado de encuentro entre la oferta y la demanda, pero sus formatos van a evolucionar mucho más rápido de lo que lo habrían hecho si no hubiera existido la pandemia. En los próximos años, la digitalización será el factor diferencial de competitividad y, con ello, del liderazgo internacional.

# Barquetas para frutos rojos fabricadas 100% en base papel.

Smurfit Kappa  
**Better Planet  
Packaging**

Diseñadas para satisfacer las necesidades  
de tu cadena de suministro.

Descubre nuestra gama **Safe&Green®**.

➤ Más información en [smurfitkappa.es](https://www.smurfitkappa.es)



## Fresón de Palos prevé una producción de 85.000 toneladas de berries en la presente campaña

Con 1.300 hectáreas de superficie, la cooperativa refuerza su liderazgo en fresa y se consolida en otros berries.

**F**resón de Palos ha iniciado la campaña 2020-2021 con “incertidumbre por el contexto internacional de crisis sanitaria y económica”, según explicó Jaime Zaforas, director de Marketing de la cooperativa palerma, y recoge la publicación F&H.

La firma, que cuenta con 1.300 hectáreas de superficie, espera alcanzar esta campaña cifras “similares” a la pasada y llegar a las 85.000 toneladas de berries, unos volúmenes que les afianzan como “líder en la categoría fresas”, a la vez que continúan consolidando su posición comercial en el resto de frutos rojos como el arándano, la framuesa y la mora.

De esta manera, en plena temporada, seguirán muy presentes en los lineales españoles, además de tener una importante presencia en “países europeos”.

Precisamente uno de esos destinos europeos, Reino Unido, es el que más incertidumbre genera tras el Brexit. En este sentido, el director de Marketing de la cooperativa palerma aseguró que, aunque es “pronto para hacer una evaluación, parece evidente que será menos fácil que antes operar allí”.

A esto hay que sumar la crisis económica derivada de la sanitaria por la Covid-19 y que, tal y como subrayó Zaforas, “nos influye en términos de pérdida de poder adquisitivo por parte de los consumidores”. No obstante, en Fresón de Palos están preparados para responder a las demandas de sus clientes: “La fruta es un bien de primera necesidad y debemos cumplir con nuestro compromiso y seguir trabajando para que llegue a los hogares”.

Respecto a cómo afrontar la crisis de la Covid-19, Fresón de Palos ha

hecho los deberes y se ha convertido en la primera empresa del sector de los frutos rojos en España en obtener la certificación Aenor de protocolo de actuación frente a la Covid-19. Con esta nueva certificación refuerza su amplio plan de medidas preventivas encaminadas a proteger la salud de los empleados, agricultores y proveedores, teniendo como objetivos garantizar la seguridad alimentaria y asegurar el suministro de sus productos durante toda la temporada.

El sello de Aenor de protocolos frente a la Covid-19 es un “aval externo de idoneidad y efectividad” de las medidas aplicadas por Fresón de Palos frente al coronavirus.

Pero no sólo por sus medidas de actuación frente a la Covid-19 Fresón de Palos ha tenido reconocimiento. También Chep a Brambles Company,

**novasiri<sup>®</sup>**  
**genetics**

Investigación e  
**Innovación**

de fresas y frutos rojos

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

*Berries Seedlings*

[novasirigenetics.com](http://novasirigenetics.com)





Las fresas de Fresón de Palos son unas de las más demandadas en los mercados nacionales e internacionales.

encargada de suministrar los palés a la cooperativa, realizó a través de una compañía externa un estudio independiente sobre los impactos ambientales de sus palés frente a las alternativas del

mercado. El resultado fue claro y contundente: los palés que usan en Fresón de Palos tienen los impactos ambientales más bajos en todas las categorías. La apuesta por la sostenibilidad en la

cooperativa está clara. Es más, ya el año pasado lanzaron la línea Fresón Sostenible, marca registrada en seis idiomas con la que comercializaron fruta en un envase biodegradable.



**“Líder en Certificación  
y auditoría agroalimentaria”**

**Del campo a la mesa**

[www.agrocolor.es](http://www.agrocolor.es)



# Cuna de Platero imparte 6.110 horas de formación para fortalecer sus competencias durante 2020

*Desarrolla un plan formativo para que participen todas las áreas de la empresa y trabajen sus habilidades.*

**L**a cooperativa Cuna de Platero ha impartido un total de 6.110 horas de formación a su equipo, agricultores y equipo técnico, para fortalecer así sus competencias durante 2020, con un plan formativo e informativo diseñado para que participen todas las áreas de la empresa y crezcan en diferentes aptitudes y habilidades propias de sus puestos de trabajo.

La formación es un elemento clave para que la cooperativa siga avanzando, adaptándose y sus profesionales crezcan con ella en diferentes capacidades. En concreto, la formación ha tenido en cuenta, en mayor parte, los recursos preventivos, la calidad de sus productos y procesos y diferentes aspectos legislativos que afectan al trabajo de la cooperativa, como es el caso del etiquetado. En este año, marcado por una pandemia, se ha tenido muy en cuenta la formación en riesgos laborales, higienización, etc..



Una de las formaciones impartidas por Cuna de Platero.

La prevención de riesgos laborales ha supuesto el 44% de las horas del plan formativo, seguida por calidad (35%) y aspectos técnicos (16%).

Esta formación, que se ha impartido en Moguer y en Ávila, ha involucrado

a diferentes áreas de la cooperativa y, a pesar de las dificultades ocasionadas por la pandemia, casi ha igualado a las horas de formación e información que impartió Cuna de Platero en el año 2019, volviendo a superar las de 2018.

**SOLUCIONES DE CULTIVO PARA  
TODAS LAS FASES DE PRODUCCIÓN**

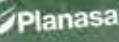


Productos a medida · Asesoramiento · Seguimiento post-venta

**projar**  
projar.es

La planta siempre  
es el origen.



  
GOOD PLANTS  
GOOD FRUITS  
by 

# ‘Vaya Baya’, la tienda online gourmet de Huelva donde comprar frutos rojos de calidad

La empresa Perlahuelva vende berries a través de internet desde hace un año, convencida de que es una forma directa de llegar al cliente final sin grandes inversiones y de que no hay mucha competencia en esta parcela.

En febrero de 2020, Perlahuelva Fruits Export puso en marcha el proyecto ‘Vaya Baya, de la huerta a tu mesa’ que está enfocado en exclusiva a la venta online de fresas, frambuesas, arándanos y moras de calidad.

En declaraciones a *agrodiariohuelva.es*, Juan Ramón Hernández, director general de Perlahuelva; y Antonio Ramón Hernández, director de Departamento de Operaciones de la empresa onubense, defendieron que el futuro del sector probablemente esté ahí, en la venta de fresas, frambuesas, arándanos y moras a través de internet. Además, destacaron que “es una forma directa de llegar al cliente final sin tener que realizar grandes inversiones y, sobre todo, en la actualidad no hay mucha competencia en esta parcela”.

Según el director general de Perlahuelva, sus clientes son personas con edades comprendidas entre los 35 y los 65 años que tienen un poder económico medio-alto, que están preocupadas por la salud, concienciadas de los beneficios saludables que aportan los frutos rojos y con experiencia previa en la compra digital.

De la misma forma, los clientes de Perlahuelva suelen ser apasionados de las fresas, de las frambuesas y de los arándanos. Lo que más salida tiene son los envases cerrados donde se realizan todas las combinaciones posibles de los frutos rojos disponibles. Así se pueden probar todas las berries: fresas, frambuesas y arándanos.

Los envíos realizados hasta ahora tienen un peso medio de unos dos kilos, pero hay tarrinas de tres y cinco kilos. No tiene sentido comprar una cantidad mayor porque suelen ser para consumo individual o en familia y se echaría a perder la calidad de la fruta al ser un producto perecedero, aunque la empresa procura que el pedido no tarde más de 24 horas. “Es importante no sobrepasar este tiempo porque va en nuestra línea de garantizar la calidad del producto y la rapidez para poder así mantener un precio razonable. Hasta ahora no hemos teniendo problemas en este sentido”, explicaron los responsables de Perlahuelva.



La web de Perlahuelva ha registrado más de 100 pedidos.

De momento, ‘Vaya Baya, de la huerta a tu mesa’ solo vende a nivel nacional, exceptuando las islas y Ceuta y Melilla por cuestiones logísticas. La prioridad es que el consumidor conozca sus productos por la calidad y llegar a otros destinos más alejados supone un coste muy elevado que ahora mismo no es viable.

La mayor dificultad que ha encontrado este año Perlahuelva para poner en marcha este proyecto ha sido conseguir la fidelidad del cliente. “Nosotros empezamos en febrero del año pasado, pero tuvimos que parar a finales de junio porque ya no teníamos frutas. Posteriormente, reanudamos las ventas a finales del pasado mes de noviembre. Por la casuística de este sector, hemos interrumpido las ventas durante tres meses y durante ese periodo el cliente pierde el contacto y tiene la oportunidad de buscar otras alternativas”, especificaron.

Es por ello que el objetivo de la empresa rocienera es poder suministrar frutos rojos durante los 12 meses del año manteniendo siempre el mismo precio, sea la fecha que sea. “Creemos que es la forma más fácil de captar al cliente, porque así le evitamos que esté pendiente de si bajan o suben los precios para pedir un envío”, apostaron desde Perlahuelva.

El objetivo para este año 2021 no es otro que seguir creciendo porque, “aunque lo que hemos conseguido hasta ahora ha superado nuestras expectativas -hemos realizado cerca de 100 pedidos-, estamos convencidos de que si realizamos una campaña de marketing y de publicidad en las redes sociales de nuestra tienda gourmet lograremos que este proyecto de venta online sea rentable a largo plazo”, defendieron, recordando que el lanzamiento del proyecto digital ‘Vaya Baya, de la huerta a la mesa’ coincidió con el inicio de las medidas de seguridad por el coronavirus. “Hasta cierto punto nos benefició porque nuestros principales competidores son las tiendas y los supermercados de proximidad, y muchos consumidores de berries, al no tener posibilidades de ir a comprarlas por miedo a salir de casa, acabaron acudiendo a nuestra página web y realizando pedidos”.

Además de su experiencia como empresa productora de frutos rojos desde hace 25 años, Perlahuelva aporta su marca premium ‘Vaya Baya’, la que utiliza para comercializar las fresas, frambuesas y arándanos de máxima calidad que cultiva en sus plantaciones de la localidad de Rociana del Condado a base de técnicas punteras y sostenibles.

# Juan Ramón Hernández: “Las restricciones de la Covid favorecen el consumo de berries”

*El aumento de la demanda de berries contrasta con las dificultades para disponer de mano de obra.*

**E**l director general de Perlahuelva Fruits Export, Juan Ramón Hernández, se ha mostrado convencido de que las restricciones que se están implantando para mitigar los efectos de la Covid-19 están favoreciendo el consumo de las berries onubenses.

Y esta afirmación la argumenta con tres razonamientos: “Porque la gente no se quiere morir y, por lo tanto, lo que intenta es comer productos saludables, como los berries; porque estas frutas sólo se consumen cuando estás en casa, porque aún no he visto en ningún restaurante que cuando le preguntas por el postre te ofrezcan fresas, frambuesas, arándanos o moras; y, en tercer lugar, porque al estar más tiempo confinado, se tiene más dinero para comprar comida, y esos pequeños caprichos que antes los podías tener fuera de casa, los tienes ahora durante la comida. Hoy parece que ir a la compra es toda una experiencia y antes lo

que primaba era salir y comer fuera”. No obstante, el supuesto beneficio que está generando la pandemia a este sector en la parcela de comercialización se ve hasta cierto punto contrarrestado por las dificultades que están teniendo los productores de Huelva a la hora de asegurar las plantillas de temporeros que recolectan los frutos rojos durante las distintas campañas.

“El coronavirus nos está provocando mucha inquietud en cuanto a la mano de obra, sobre todo porque la llegada de los trabajadores que tenemos contratados de Rumanía y Marruecos dependerá si se adoptan o no restricciones a la movilidad entre los países. Ahora, Perlahuelva tiene asegurada las plantillas, pero el año pasado también las teníamos y por la incidencia de la Covid no les permitieron llegar a Huelva. Durante esta nueva campaña intentaremos cumplir con las medidas de prevención que han marcado las

autoridades competentes, aunque eso no significa que no te vayas a ver libre de algún caso” apuntó Hernández.

La empresa de Rociana del Condado, que cuenta con unas 12 hectáreas productivas de berries en la actualidad, gestiona la comercialización de unas 110 hectáreas de frutos rojos, al contar con agricultores de la zona asociados a Perlahuelva. La frambuesa es la que ocupa una mayor superficie, unas 80 hectáreas, y después le siguen la fresa, con 20, y los arándanos, con 10. La previsión para la actual campaña 2020-21, según especificó Juan Ramón Hernández a [agrodiarohuelva.es](http://agrodiarohuelva.es), es producir unas 1.000 toneladas de fresas de las variedades Fortuna y Rociera; unas 800 de frambuesas y unas 250 de arándanos. Con respecto a la campaña anterior, vaticinó que la producción incrementará un 5% su volumen de berries “porque también se han puesto más hectáreas en producción”.

**HS EVOLUTION**  
GROWING SYSTEM

**MAYOR PRODUCCIÓN**  
**MEJOR CALIDAD**

PRODUCT PATENTED PRODUCT

hydroponicsystems  
international

+34 968 898 181 | [www.hydroponicsystems.es](http://www.hydroponicsystems.es)

## Dos variedades de BerryWorld®, premiadas por su sabor superior por el International Taste Institute

*El grupo ha recibido un número considerable de premios internacionales en los últimos años.*

**D**os variedades de frambuesa del programa varietal de BerryWorld Plus han sido galardonadas con un Superior Taste Award (Premio al Sabor Superior) con dos estrellas en los premios del International Taste Institute. En concreto, Diamond Jubilee® (BerryWorld Gem®) y otra variedad comercial del mismo programa que pronto verá la luz recibieron excelentes valoraciones de la mano del jurado independiente de chefs internacionales.

La cartera de variedades de BerryWorld ha destacado siempre por su posición líder en el mercado, sin embargo ha sido en los últimos años cuando ha recibido un número considerable de premios internacionales.

Desde 2018, nueve variedades del grupo empresarial han sido premiadas por el International Taste Institute por

su sabor, apariencia y textura superiores. Dentro de esta premiada gama de variedades, Sapphire® (BerryWorld Jewel®) destaca como una variedad de frambuesa de calidad excepcional en alta demanda, mientras que BerryWorld Midnight®, del programa Beekers Berries Breeding, es variedad premium clave en la gama de mora de BerryWorld.

Asimismo, varias variedades de fresa del programa de Edward Vinson han sido premiadas en el pasado, incluyendo la variedad Sweet Eve®; mientras que en la categoría de arándano las variedades del programa líder MBO, al que BerryWorld tiene acceso exclusivo en Europa y África, como BerryWorld Twilight® y BerryWorld Eureka® gozan de notable popularidad en el mercado, habiendo obtenido diversos premios.

‘Este doble premio es un reconocimiento a nuestros esfuerzos varietales para disponer de una gama de frutos rojos de calidad superior los 12 meses del año’, indicó Adrian Olins, CEO divisional en BerryWorld Group.

### Fructífero desarrollo varietal

La investigación en I+D es clave en la estrategia varietal del grupo empresarial desde hace décadas, siempre con el objetivo de ampliar la cartera de variedades exclusivas.

A nivel internacional, BerryWorld cuenta con ensayos varietales en España, Reino Unido, Países Bajos, Australia y Sudáfrica, en los que se estudia la evolución de las últimas selecciones y se busca la mejora en el cultivo de las variedades propias y exclusivas más consolidadas.



# BerryWorld® aprueba la certificación medioambiental de referencia mundial con la máxima puntuación

*La evaluación cubre nuevas categorías diferentes, todas superadas con una nota excepcional por la empresa.*

El centro de distribución europeo de BerryWorld® en Made, Países Bajos, ha sido reconocido por su diseño y construcción sostenibles obteniendo la máxima puntuación en la certificación Breeam, certificado de referencia a nivel mundial en el campo del diseño sostenible.

Breeam es el Building Research Establishment Environmental Assessment Method, en español, Método de Evaluación y Certificación de la Sostenibilidad en Edificación, certificación que define las buenas prácticas en diseño sostenible en el sector de la construcción a nivel internacional.

La evaluación cubre nueve categorías diferentes: Gestión, Salud y Bienestar, Energía, Transporte, Agua, Materiales, Residuos, Uso ecológico del suelo y Contaminación. Cada categoría tiene un impacto en la nota final que

se expresa en estrellas, con un máximo de cinco estrellas. BerryWorld obtuvo 5 estrellas en cada categoría y la certificación con nota Excepcional.

“La certificación Breeam-Excepcional refleja que el edificio al completo cumple con el máximo nivel de sostenibilidad. Por ejemplo, el edificio es de cero emisiones, hay paneles solares en el tejado y se han utilizado tantos materiales sostenibles como ha sido posible. La calefacción del edificio se obtiene a través del sistema de refrigeración, lo que es suficiente para mantener el edificio a una temperatura de 21° centígrados incluso cuando fuera hace -15°. En el exterior del edificio también se ha hecho hincapié en la sostenibilidad con un estanque natural, hoteles para insectos y arriates”, afirmó Wil Beekers, CEO de la división de Growing and Packing en

BerryWorld Group. El certificado fue entregado a BerryWorld The Netherlands de la mano de Martin Springer, consultor de edificación y perito para Breeam en Adamasgroep. También estaba presente en la nueva sede Bas de Groot, project manager en Van Vliet Bouwmanagement B.V., y Paul van der Krogt, consultor en W4Y Consultores. Debido a la situación actual, la ceremonia se celebró con limitaciones, según las restricciones, aunque “no por ello estamos menos orgullosos”, comentó Beekers.

Comprometidos con el crecimiento sostenible de la categoría de frutos rojos, BerryWorld se mantiene fiel a su compromiso de ofrecer siempre la máxima calidad a sus clientes con el mínimo impacto ambiental. Por ello, este premio ayuda al grupo líder a estar más cerca de su objetivo.

**SANSAN**   
AGRICULTURE ENGINEERING

**SOMOS LÍDERES EN MACETAS PARA CULTIVO DE BERRIES**



  
**SANSANPOTS**  
PLANT CONTAINERS & TRAYS

  
**SANSANPROTECT**  
PROTECTORS & ACCESSORIES

  
**SANSANBERRIES**  
GROWING SYSTEMS FOR BERRIES

  
**SANSANTRAPS**  
TRAPS & PHEROMONES

  
**SANSAN HYDROPONICS**  
SUBSTRATE HYDROPONIC SYSTEMS

[www.sansan.es](http://www.sansan.es)

## El Pinar y Plant Sciences revolucionan el mercado de la fresa con la variedad Victory

*Victory, precoz y muy productiva, se caracteriza por su inigualable vida postcosecha, lo que la convierte en una variedad muy segura para la comercialización.*



Victory es una variedad del programa Berry Genetics presente en el mercado desde hace varios años.

**E**l Pinar, empresa familiar dedicada desde hace más de 40 años a la producción de plantas y frutas en el sector de los frutos rojos, es licenciatario exclusivo para el sur de Europa y norte de África desde hace más de 20 años de los programas de obtención de Plant Sciences Inc y Berry Genetics Inc, empresas californianas y líderes mundiales en la obtención de nuevas variedades de fresa y frambuesa.

Su última apuesta es la variedad de fresa Victory, disponible para cualquier agricultor en los mercados del sur de Europa o Norte de África.

Victory es una variedad del programa de Berry Genetics presente en el mercado desde hace varios años en los que ha destacado de manera muy notable por la buena calidad de su fruta y su larga vida en estantería.

La acogida de esta variedad ha sido muy positiva gracias a que ofrece una serie de ventajas al agricultor que la di-

ferencia de sus competidoras: ubicada en la categoría de variedades precoces y muy productivas, con un desarrollo constante durante toda la campaña y muy rústica.

Otra de las principales ventajas que presenta esta variedad de fresa se encuentra en su inigualable vida postcosecha, convirtiéndola en fruta perfecta para llegar a los destinos más lejanos.

A pesar de la climatología de esta campaña, Victory ha presentado un correcto comportamiento en campo. “Hacia más de 10 años que en Huelva no se registraban temperaturas tan bajas, con tanta incidencia de lluvias y días de niebla. Esto ha provocado un retraso generalizado en la producción de todas las variedades y una alta incidencia de Botrytis por la alta humedad. Sin embargo, un punto a destacar de Victory es que, a diferencia del resto de materiales, ha mostrado buen comportamiento frente a toda esta casuís-

tica con bajo destrío por podredumbre”, explicó Jorge Muñoz, responsable comercial de El Pinar.

Igualmente, Victory está registrando una muy buena calidad, en color, calibre y sabor, llegando a los mercados en excelentes condiciones. “Está siendo muy apreciada por los mercados internacionales así como los mercados de proximidad, con un diferencial de precios en los lineales”, argumentó el responsable comercial de El Pinar.

Victory comienza su campaña a finales de diciembre y principios de enero con una producción precoz muy interesante para después marcar su velocidad de cruce hasta finales de campaña, sin picos de producción, lo que facilita la organización de las labores de campo en su recogida.

En cuanto al fruto, su piel es firme y muy resistente al roce, incluso en las condiciones más desfavorables. La

fruta que produce tiene forma aco-razonada con un aspecto visual muy atractivo, con un buen sabor, niveles óptimos de Brix y calibre estable durante toda la temporada.

Según datos de la entidad, la pasada campaña se comercializaron más de 100 millones de plantas de esta variedad en el Arco Mediterráneo, con una previsión de crecimiento en la próxima campaña muy superior a la actual gracias a su gran adaptabilidad a las condiciones de cultivo en las zonas de producción, así como a la creciente demanda de fruta de Victory desde los mercados. Gran parte del éxito de Victory radica en haber sido seleccionada en las principales áreas de producción, en concreto en los campos de investigación con los que El Pinar cuenta en la provincia de Huelva, lo que permitió poner en valor por el sector las características de esta variedad.

Por todo ello, la última apuesta de El Pinar sigue ganando terreno más allá de las fronteras españolas. Actualmente, Victory representa más del 80% de la producción nacional en Grecia y está cobrando especial relevancia en Marruecos e Italia.



La variedad Victory presenta muchas ventajas para el agricultor.

## EL MEJOR TRATO DE FRUTA DE SU CATEGORÍA



### MODELO GABY: ENVASADORA CON CARRO DE ALIMENTACIÓN Y DESAPILADOR AUTOMÁTICO DE ENVASES

Equipo de envasado de arándanos de 12 cabezales con carro de alimentación. Con este equipo conseguimos un excelente trato del producto durante el proceso de envasado. Posibilidad de realizar el envasado en diferentes formatos (bandejas con tapadera, vasos, cubos, así como envases tipo clamshell)

## ENVASADORA AUTOMÁTICA 2 CABEZALES: GRANEL + DESAPILADOR



Sistema de doble banda: ajuste grueso, y después, ajuste fino  
Sistema de desapilado automático de cajas



**BERRYPRO**  
Simply integrated solutions



**ECO  
NOVEDAD**

Todas nuestras máquinas  
están adaptadas para usar  
envases ecológicos de cartón



## ENVASADORA HIBRIDA PRO MULTIFORMATO

Control de seguridad del dosificado para evitar la caída accidental de producto, asegurando no obtener envases por debajo de peso.

Sistema de dosificación con control de peso mediante células de carga electrónicas.

Sistema cerrador de envases tipo clamshell, a la salida de cada cabezal de dosificado.



Po. Ind. El Prado - C/ Lateros Esq C/ Artesano - 21440 Lepe - Huelva [ESPAÑA] +34 959 871 814

www.berrypro.eu

info@berrypro.eu

## Zerya entrega a la SAT La Redondela la primera hoja divulgativa sobre el proyecto FruitCare

*La iniciativa pretende mejorar los procesos del cultivo y sentar las bases hacia una producción eficiente.*

La empresa Zerya Producciones Lsin Residuos S.L., que tiene como principal objetivo definir sistemas de producción de alimentos que garanticen un producto final sin residuos de pesticidas, ha entregado a la Sociedad Agraria de Transformación Hortofrutícola (SAT) La Redondela de Isla Cristina, dedicada a la producción y comercialización de fresas, arándanos y frambuesas, la primera de las hojas divulgativas sobre el proyecto FruitCare.

Zerya, que considera que “es de mucha importancia la divulgación de los avances que se están dando en el desarrollo del Grupo Operativo”, informa en su página web que se ha planificado una publicación de hojas divulgativas quincenal. En esta primera hoja se explica la idea del proyecto FruitCare y los motivos por los que se considera un Grupo Operativo de interés.

El proyecto FruitCare contempla crear programas de sustitución de los



SAT La Redondela desarrollando las acciones del proyecto FruitCare.

Productos de Protección de Plantas (PPPs) incluidos en la lista de sustitución emitida por la EFSA en 2015. La clave es mejorar los procesos del cultivo y sentar las bases hacia la producción eficiente y la calidad potenciando

la protección de la salud humana y el medio ambiente. Este trabajo de I+D está desarrollado por el grupo operativo Asaja Murcia, Acopaex, Esnepi, Galifruit, Ideagro, Universidad de Zaragoza y Zerya.

 **RIO ERESMA**  
viveros

*Campos  
de fresa  
por siempre*

VIVEROS RÍO ERESMA, S.L.  
Paraje Quintanas sn  
40280 Navalmanzano (Segovia)  
Tel. 921 575 195, Fax: 921 575 349  
viveros@rioeresma.com

*www.rioeresma.com*



NUTRICIÓN **A MEDIDA** PARA **TU CULTIVO**

[WWW.HISPALENSEDELIQUIDOS.COM](http://WWW.HISPALENSEDELIQUIDOS.COM)

# Berrypro participa en una misión comercial directa con Ecuador organizada por Extenda

*Se trata de fomentar la presencia de servicios y empresas andaluzas en un mercado con perspectivas de crecer.*



Berrypro ha participado con un stand en el Congreso Internacional de Frutos Rojos.

**E**xtenda ha organizado la participación de la industria auxiliar de la agricultura andaluza en una nueva misión comercial directa centrada en el país latinoamericano de Ecuador, que se ha celebrado en formato digital del 22 de febrero al 5 de marzo con el objetivo de fomentar la presencia de servicios y empresas andaluzas en el mercado ecuatoriano, un país con perspectivas de crecimiento en 2021, a través de acuerdos con distribuidores e importadores afincados en el país.

En esta misión directa, que también ha contado con el apoyo de la Antena de Extenda en Perú, han participado un total de 12 empresas andaluzas, entre las que se encuentran dos de Huelva: Berrypro y Técnicas San Jorge. Las empresas han podido presentar sus productos y servicios ante 45 firmas importadoras ecuatorianas, celebrando un total de 94 encuentros comerciales.

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, destacó a Ecuador como un país “donde apostar por la aplicación de procesos de investigación, desarrollo e innovación a los productos y servicios auxiliares a la agricultura, ya que el país posee una escasa oferta

frente a una fuerte demanda agrícola, haciéndole depender de los mercados exteriores, donde Andalucía puede encontrar un sinfín de oportunidades”.

Además, añadió que, “pese a que los datos del FMI apuntan una caída del 10,9% el año 2020 en Ecuador por los efectos de la pandemia originada por la Covid-19, se espera que en el presente año el país vuelva a experimentar crecimientos en torno al 6,3%”. A su vez, Bernal agradeció “la implicación de la industria auxiliar por seguir desarrollando sus negocios en el exterior y hacer llegar el talento y la marca Andalucía cada vez más lejos”.

Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera ha desarrollado esta acción con el objetivo de presentar al tejido auxiliar del agroalimentario andaluz las características del sector agrícola de Ecuador y las oportunidades de negocio detectadas en el mercado ecuatoriano para las empresas andaluzas de este sector.

Para ello, ha contado con 45 importadores y distribuidores ecuatorianos, que, a través de reuniones con las firmas andaluzas participantes, buscan conseguir transferir los conocimientos del desarrollo del sector agrícola

andaluz entre la interrelación de sus actores y potenciar aún más las oportunidades detectadas.

La economía de Ecuador se ha mantenido en constante crecimiento desde 2008, tras varios años de estabilidad política en Ecuador, e incluso después de la crisis del petróleo iniciada en 2016, que no produjo una recesión a pesar de la caída de los precios en el país.

Dentro de la factura económica ecuatoriana, el sector agrícola se sitúa como una de las actividades más importantes para el desarrollo del país y su orientación a la exportación ha sido un factor determinante en la dinámica de la economía ecuatoriana y del sector en los últimos años.

En este dinamismo que vive el sector agrícola ecuatoriano, las empresas andaluzas de la industria auxiliar de la agricultura, los centros tecnológicos e instituciones ligadas a la innovación e investigación en el sector y las firmas de servicios transversales para el sector agroalimentario, como compañías de marketing, consultoría o embalaje, entre otras, podrán aprovecharse de las oportunidades detectadas en nuevas técnicas y equipos de riego, diseño

y equipamiento de invernaderos, maquinaria agrícola y de manipulación (clasificadores de frutas y hortalizas, máquinas de clasificación de cereales, granos y semillas, etc.), tecnología y agricultura de precisión, fertilizantes y otros servicios afines (laboratorios, seguridad alimentaria, etc.).

Esta misión comercial directa se ha desarrollado íntegramente en formato digital, partiendo de una reunión inicial con todas las empresas participantes con el objeto de presentar el contenido de la acción y explicar el sistema de contactos para las distintas reuniones b2b, así como ha servido de punto de inicio para dar a conocer, por parte de Extenda, la situación actual del mercado en Ecuador para la industria auxiliar de la agricultura.

Además de este primer encuentro, la misión ha contado con un encuentro con actores del sector, como el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador (Iniap), que ha proporcionado la oportunidad de presentar la oferta de industria auxiliar de agricultura andaluza.

Esta acción comercial ha contado con la participación de un total de 12 firmas andaluzas. La mitad de ellos, en concreto seis, proceden de la provincia de Almería (Crisara, EuroRubicon, IDM Agrometal, Inagro, Inventia Agrícola, y Ritec Agrotechnology).

De la otra mitad, además de Berrypro, Técnicas San Jorge procede de Huelva; dos de Málaga (Deltalene y Quimsa ITW), otra de Granada (Alber) y una última de Jaén (Cotexa Alcaláina).

La organización de esta acción por parte de Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera, entidad dependiente de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, será cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea a través del P.O. Feder de Andalucía 2014-2020, dotado con una contribución comunitaria del 80%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta acción.

### Oportunidades de Ecuador

Ecuador, que cuenta con un PIB estimado de 107.000 millones de dólares, ha experimentado una gran etapa de desarrollo económico entre el 2008 y 2014, con un crecimiento promedio de 4,6% por año, destacando con creces



Berrypro ha sido una de las 12 firmas andaluzas que ha participado en esta misión con Ecuador.

el papel de la inversión pública y de la economía no petrolera. En los años siguientes, la economía ecuatoriana mantuvo crecimientos, aunque a un ritmo más moderado.

En la actualidad, el país está viviendo una apertura de la economía hacia la participación privada nacional y extranjera y una vuelta a la escena internacional, lo que está generando oportunidades para que las firmas andaluzas internacionalizadas se afinquen en el país, según apuntan los datos del ICEX.

La industria auxiliar de la agricultura ha encontrado importantes oportunidades en el sector agrícola de Ecuador, que, por sus condiciones geográficas y climáticas, posee una alta actividad con una amplia variedad de cultivos y, debido al bajo nivel tecnológico del sector agrícola ecuatoriano, precisa de investigación, desarrollo e innovación, sobre la que Andalucía está a la cabeza.

Así, de cara a incentivar el comercio internacional con Ecuador, España tiene firmados acuerdos en materia fiscal, comercial y económica, como el

destinado a evitar la doble imposición fiscal, el acuerdo para la protección y promoción recíproca de inversiones, o el convenio multipartes con la UE.

Las exportaciones andaluzas hacia Ecuador acumularon en el pasado año 2020 los 42 millones de euros, con un superávit comercial de casi nueve millones de euros, registrando un descenso del -33,9% respecto al año anterior. Cádiz fue la provincia que más exportó productos hacia Ecuador, con 20 millones de euros y el 47,6% del total; seguido de Sevilla, con 12 millones y el 28%; y Granada, con cuatro millones y el 10,5%.

Los bienes andaluces más importados en el pasado 2020 desde Ecuador fueron los pescados congelados, con 18 millones de euros y el 44,4%; seguido del aceite de oliva, con seis millones y el 15,3%, con un aumento del 3,6%; las preparaciones alimenticias diversas, con 3,5 millones y el 8,2%; los vehículos y automóviles, con tres millones y el 7,2%; y las máquinas y aparatos mecánicos, con 2,7 millones de euros y el 6,5%.

## La falta de mano de obra multiplica el cultivo hidropónico de fresas en la provincia de Huelva

*Como consecuencia, ha aumentado también la demanda de sustratos en empresas especializadas en este ámbito.*

El cultivo hidropónico se ha ido abriendo paso en Huelva durante los últimos años entre los productores de fresas en respuesta a diversos factores, entre ellos, la falta de mano de obra o la optimización de los recursos. Y esa expansión no solo se ha notado en los campos, sino también en la demanda de sustratos en las empresas especializadas en este tipo de agricultura, como SP Soluciones Agrícolas.

La empresa moguerense ha cuadruplicado en 2020 las ventas de sacos de fibra de coco para hidroponía con respecto a 2019, multiplicando casi por seis las de 2018.

“La fibra de coco se extrae de la cáscara del coco y es una fibra corta que

tiene una gran capacidad de retener agua junto a un drenaje adecuado, por lo tanto, para que no haya pudrición de raíz se trata de un material óptimo”, explicó Mateo Aroca, responsable técnico de la compañía. Dicho coco es hidratado y procesado en España, donde se somete a tres cribados consecutivos para eliminar bolas e impurezas.

Uno de los beneficios principales del sustrato hidratado de fibra de coco que ofrece SP Soluciones Agrícolas es que se trabaja exclusivamente la referencia extra fibra de coco de baja conductividad (entre 0,4 y 1 mS/cm y relación sustrato-agua 1:1,5 l).

Los sacos de sustrato, además, son de plástico de larga duración. “Puedes

elegir el número de agujeros de plantación con un precorte para que puedas poner directamente el corte y se puede personalizar las filas y el número de agujeros. También se personaliza en cuanto al color aunque, en Huelva por ejemplo, se decide el color negro para que se caliente antes por la luz de la que disfrutamos”, señaló Aroca.

El sustrato comprimido de fibra de coco de SP Soluciones Agrícolas se caracteriza por contar con un proceso de envejecimiento de la duración adecuada (entre 9 y 18 meses), posee un porcentaje de humedad que nunca supera el 20%, para un correcto prensado y se somete a un estricto control de su contenido en sales.

## SP Soluciones Agrícolas e Indesla lanzan un envase sostenible para frutos rojos y otros cultivos

*Combinan bases de cartón ondulado o papel, biodegradables al 100 %, con tapaderas de R-PET.*

La empresa onubense SP Soluciones Agrícolas y su socio Indesla se han unido para solventar uno de los principales problemas de los envases de cartón para frutos rojos. “La necesidad de que los berries sean vistos por los consumidores en los puntos de venta entraba en confrontación con la sostenibilidad de las tarrinas y su manipulación”, explicó José Manuel Pecero, director comercial de SP Soluciones Agrícolas.

Y la alternativa es la combinación de un soporte 100% biodegradable, de cartón ondulado o papel, con una tapadera de R-PET, plástico ya reciclado y que puede volver a reciclarse. Las primeras las transforma Strong Pack, la división de envases de cartón y papel de SP Soluciones Agrícolas, mientras que las segundas las fabrica Indesla. “Con esta sinergia no solo obtenemos envases sostenibles, también conseguimos acabar con las pérdidas de tiempo en la manipulación de los mismos y seguimos siendo muy competitivos en precio”, añadió Pecero,



Nueva propuesta de envase de SP Soluciones Agrícolas para los berries.

que apuntó que precisamente el coste y las dificultades en la manipulación son los principales inconvenientes que los productores de frutos rojos le ven a la oferta de envases sostenibles existente en el mercado hasta la fecha. SP Soluciones Agrícolas e Indesla

pondrán a la venta para esta campaña 2020-2021 cinco tarrinas diferentes, con capacidades desde los 125 gramos hasta 1 kilo, que pueden albergar, además de arándanos, frambuesas, fresas y moras, frutas de hueso, tomates o tomates cherry.

## TU LÍDER EN GRUPAJE HORTOFRUTÍCOLA

**JUNTOS** →  
**MÁS LEJOS**

**MÁS RÁPIDOS**  
**MÁS FRESCOS**  
**MÁS SOSTENIBLES**

Añadimos valor a tu actividad logística:

- Especializados en **grupaje hortofrutícola**.
- Gran **capacidad operativa** para transportar frutas desde España y Portugal con destino a Francia.
- Flota de **2.900 camiones** y 36 plataformas frigoríficas.



# Nace la Cátedra Sipcam de Transformación Digital para la Agricultura Sostenible

Los estudios buscan el desarrollo e implantación de asistentes virtuales y redes de sensores próximos en el campo.

El desarrollo e implantación de asistentes virtuales, redes de sensores próximos y remotos y la modelización mediante computación en la nube son solo algunos de los objetivos de la Cátedra Sipcam de Transformación Digital para la Agricultura Sostenible, cuyo convenio de constitución se ha formalizado en el Rectorado de la Universidad de Córdoba (UCO).

El acto contó con la presencia del rector de la UCO, José Carlos Gómez Villamandos; el consejero delegado de Sipcam Iberia, Pablo Montañés Abad; el director de la Cátedra Sipcam, Jesús A. Gil Ribes; la directora general de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Isabel Bombal Díaz; y la directora de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes, Rosa Gallardo Cobos, que impartió la conferencia 'La necesaria transformación digital para la sostenibilidad de la agricultura'.

El rector agradeció la confianza del grupo Sipcam en la Universidad de Córdoba, que ha sabido valorar "el bagaje agroalimentario de esta universidad que ahora se ve avalado con la creación de la nueva cátedra". El director de la cátedra, el profesor Jesús Gil Ribes, responsable del Grupo de Investigación AGR 126 'Mecanización y Tecnología Rural', explicó que tanto su grupo de investigación como otros llevan más de diez años colaborando con Sipcam en la utilización de nuevas moléculas en fertilización y realizando pruebas de herbicidas, fungicidas y bioestimulantes, buscando desarrollar una agricultura más sostenible económica y ambientalmente mediante la utilización de nuevas tecnologías en los ensayos; actividades estas que han estado ligadas a la Finca Experimental de la UCO.

Gil Ribes indicó que esta colaboración ha dado como fruto la creación de la Cátedra Sipcam, "que se crea con el propósito de promover un ecosistema público-privado de innovación y transferencia, basado en el desarrollo de nuevas tecnologías para una agricultura sostenible en España, y cuyo objetivo es fomentar una agricultura



Los firmantes del convenio de constitución de la Cátedra Sipcam de la Universidad de Córdoba.

innovadora y respetuosa con el medio ambiente, que mejore su rentabilidad económica a través de nuevas tecnologías y productos y a la digitalización de las explotaciones".

Isabel Bombal Díaz señaló que la modernización y la transformación digital del sector agroalimentario es un objetivo estratégico del Ministerio de Agricultura, que tiene en cuenta a todos los actores públicos y privados implicados.

Bombal destacó que "esta cátedra es un ejemplo de colaboración público-privada que, además, tiene un enfoque muy práctico para dar respuesta a las necesidades digitales reales del sector, y está respaldada por el prestigio de la Universidad de Córdoba y de los grandes profesionales de la Etsiam que están a la cabeza de la misma, y por eso estamos seguros de que va a ser un referente y un ejemplo a seguir por otras universidades".

El consejero delegado de Sipcam Iberia, Pablo Montañés Abad, explicó a los asistentes que "estamos ante una revolución silenciosa pero firme, la de la digitalización, y que la agricultura no es ajena a este fenómeno". En este sentido, señaló que Sipcam "sale al mercado para ampliar su propuesta de valor y le interesa la estrategia de creación de conocimiento, de ahí su alianza con la mejor universidad, con la que es un orgullo lanzar esta cátedra para mejorar la sostenibilidad de la

agricultura y proporcionar el máximo valor al agricultor".

Rosa Gallardo, por su parte, hizo un repaso al marco institucional en el que se ampara la transformación digital de la agricultura, así como en las soluciones tecnológicas actualmente existentes, tales como los sensores para el control del riego, la elaboración de mapas de cosechas, la implantación de la tecnología *blockchain* en el sector agroalimentario o los satélites NDVI, por citar algunos.

La directora de la Etsiam incidió en la importancia de reducir la brecha de adaptación de estas tecnologías mediante la capacitación y la formación, la mejora de la conectividad en las zonas rurales, la interoperabilidad y la compartición de datos y la búsqueda de alianzas basadas en la confianza y el compromiso, como es la Cátedra Sipcam.

La Cátedra Sipcam persigue, entre otros aspectos, el desarrollo e implantación de asistentes virtuales, redes de sensores próximos y remotos y la modelización mediante computación en la nube. Además, pretende promover una agricultura sostenible basada en la agricultura de conservación y en la de precisión, en el uso de nuevas moléculas que favorezcan el desarrollo de los cultivos y la reducción del uso de insumos, y, con ello, mejorar el balance de carbono de las explotaciones ayudando a mitigar el cambio climático.

# Sipcam refuerza su Plan en defensa de la Igualdad

*El grupo líder en I+D, fabricación y comercialización de fitosanitarios patrocina los III Premios Mujer AGRO*

Sipcam, empresa líder en la elaboración de soluciones innovadoras de investigación y desarrollo agrícola, ha patrocinado los III Premios Mujer AGRO (#PremiosMujerAGRO), cuyo acto de entrega tuvo lugar el día 13 de abril en Mercamadrid.

Un proyecto, Mujer Agro, que cuenta de nuevo con la participación de Sipcam como patrocinador, ya que estuvo presente en el IV Foro Mujer AGRO, con la participación de la directora de Investigación y Desarrollo de SIPCAM, Pilar Gallego, como ponente.

Los galardones, organizados por Siete Agromarketing y eComercio Agrario dentro del proyecto Mujer AGRO y celebrados en formato híbrido, han cumplido su tercera edición.

## Sipcam, referente en igualdad

Sipcam España cuenta con un Plan de Igualdad cuyo objetivo principal es eliminar cualquier tipo de desigualdad por razón de sexo. Asimismo, Sipcam quiere contribuir a la lucha de las mujeres por un trabajo digno e igualitario, dando más visibilidad a las inquietudes de las mujeres en el seno de su organización.

Este plan de igualdad, que entró en vigor el pasado 8 de marzo aprovechando el Día Internacional de la Mujer, pretende reflexionar acerca de los avances logrados y celebrar la valentía y la determinación de las mujeres.

Sipcam pretende dar mayor visibilidad a las inquietudes de las mujeres apostando por una igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

El escenario elegido para el acto de entrega de estos III Premios fue Mercamadrid, centro neurálgico para el sector agroalimentario, donde confluyen productos hortofrutícolas, ganaderos, pesqueros, puerta hacia la exportación y principal canal de comercialización a nivel europeo.

De esta forma, la entrega de estos galardones fue un homenaje e impulso a la labor de mujeres y hombres que en esta crisis sanitaria han estado y están en primera línea apostando por servir al consumidor.

Así, el Salón de Actos del Centro Administrativo de Mercamadrid acogió



Sipcam ha reafirmado con un plan su apuesta por la igualdad.



Una de las trabajadoras que desarrolla su labor en Sipcam.

este evento híbrido que estuvo conducido por Sandra Sutherland, periodista agroalimentaria de RTVE.

De forma previa a la entrega de los galardones, se celebró la tertulia 'Políticas de Igualdad: reclamo publicitario o conciencia real', donde los distintos

participantes dieron a conocer las medidas y líneas de actuación que en pro de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se llevan a cabo en las empresas a las que pertenecen, más allá de oportunismos publicitarios y bajo una conciencia real.

## Planasa y Priméale se unen para comercializar espárrago fresco en Francia durante tres campañas

*La filial francesa de Planasa cultiva 170 hectáreas de diferentes variedades, con las que espera producir 700 toneladas y ponerlas a la venta en los principales retailers.*

La filial de Planasa en Francia, Planasa France, y Priméale, filial del grupo Agrial, han firmado un acuerdo de colaboración por el que esta última se convierte en socio comercial exclusivo de Planasa para la comercialización de espárrago fresco, principalmente del tipo blanco, durante las próximas tres campañas (2021-2023).

Planasa France cultiva 170 hectáreas de diferentes variedades, principalmente Darzilla, con las que espera producir 700 toneladas de espárrago blanco, que se comercializarán bajo las marcas 'Domaine Saint Jacques' y 'Priméale' y estarán disponibles en los principales retailers de Francia.

Para los responsables comerciales de Planasa, este acuerdo supone "colaborar con la mayor cooperativa agrícola de Francia en materia de hortalizas y de espárragos, en concreto, concentrando la oferta del mercado del espárrago y creando más valor en la cadena de producción. Asimismo, se cumple el deseo de las dos principales asociaciones de productores franceses (Maisadour y Copadax) de unirse para aprovechar las sinergias. Priméale nos va a ayudar no sólo a valorizar nuestras variedades de espárragos y nuestro papel como obtenedores, sino también a promocionar nuestra marca 'Domaine Saint Jacques' y nuestra cer-



Representantes de Planasa en Francia y de Priméale.

tificación HVE (Alto Valor Medioambiental)".

Dedicado a las hortalizas de primera gama del Grupo Cooperativo Agrial, Priméale es "un actor principal en el sector de las hortalizas frescas" (zanahorias, patatas, puerros, espárragos, etc). "Sus cifras clave en Europa son

75.000 toneladas de productos vendidos, 6.900 empleados y 17 áreas de producción en Europa y África".

Con fuerte presencia internacional, Planasa es una empresa especializada en investigación vegetal, viveros y productos frescos. Cuenta con unas 1.500 hectáreas de terreno.

## Planasa, nuevo patrocinador del Recreativo de Huelva

*Ambas entidades reforzarán el área de los e-sports del Decano y fomentarán actividades en el ámbito digital.*

Planasa se ha convertido en nuevo patrocinador digital del Recreativo de Huelva para el año 2021. El acuerdo entre ambas entidades servirá para reforzar el área de los e-sports del Decano que actualmente cuenta con un equipo que milita en la 4ª División de la Virtual Football Organization (VFO). De esta forma, Planasa y el Recreativo de Huelva se han comprometido a fomentar actividades en el ámbito digital y aprovechar el carácter internacional tanto de la empresa como del club para promocionar fuera de España al equi-

po de e-sports recreativista, que lucirá el logo de Planasa en su camiseta.

En la firma del acuerdo participaron el entonces presidente del Recreativo de Huelva, Manolo Zambrano, y la responsable de Marketing y Comunicación EMEA de Planasa, Paula Crespo.

Zambrano quiso "agradecer a Planasa el esfuerzo y darle la bienvenida al club como patrocinador digital. Este acuerdo no solo va a dar un empuje al equipo de e-sports, sino que nos va a permitir también difundir el recreativismo en los países en los que Plana-

sa está presente, como Italia, Francia o Marruecos." Asimismo, reiteró el agradecimiento "de parte del club y de todos los recreativistas el compromiso y el apoyo que están teniendo con nosotros".

Por su parte, Paula Crespo, expresó que "Planasa con su centro de I+D de Huelva está en el origen de la cadena de producción de berries, ajo y espárrago y queremos estar también con el origen del fútbol español y asociarnos a un sentimiento como el recreativismo que no entiende de fronteras".

## Planasa obtiene autorización para exportar plantas de arándano 'in vitro' a Perú

*Se trata de la primera empresa española autorizada por el MAPA y por Senasa para vender este tipo de plantas.*

Perú es el principal exportador de arándano de América y uno de los principales productores del mundo. Recientemente, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (Senasa) ha establecido los requisitos fitosanitarios de cumplimiento obligatorio para la importación de plantas *in vitro* de arándano de Planasa, registrada y autorizada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA), para la certificación oficial de exportación. De esta forma, será Planasa la primera empresa española autorizada a vender plantas *in vitro* de arándano en este país.

El MAPA remitirá anualmente, a inicios de cada temporada de exportación, la autorización de Planasa. Por su parte, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), en coordinación con el MAPA, podrá realizar visitas de su-

pervisión al vivero productor en caso de considerarlo necesario.

Planasa cuenta en su programa con seis nuevas variedades de arándano, fruto de varios años de investigación, y espera iniciar su producción en los próximos meses.

Este es el segundo proyecto de Planasa que cuenta con el respaldo de Cofides, una sociedad público-privada que ofrece apoyo financiero a las inversiones de las empresas españolas en el exterior tras apoyar a la empresa en 2019 para la ampliación de su actividad en México.

De esta forma, Cofides apoyará a Planasa en su expansión en Perú mediante un préstamo de coinversión del contravalor en euros de tres millones de dólares -hasta 2,65 millones de euros- con cargo a sus propios recursos y al fondo FIEEX.

El Grupo Planasa, por su parte, destinará esta financiación a la adquisición de terrenos con el fin de incrementar la producción de plantas de arándanos en este país.

El presidente y consejero delegado de Cofides, José Luis Curbelo, afirmó que "Cofides contribuye a mejorar la competitividad y la innovación de las empresas favoreciendo un modelo de crecimiento sostenible".

Por su parte, el CEO de Planasa, Michael Brinkmann, agradeció a Cofides "la colaboración para poner en marcha proyectos que van a ser cruciales para Planasa. Nuestra estrategia se va a centrar principalmente en el arándano, con las seis nuevas variedades, y la mora, por lo que la de Perú es una iniciativa que va a marcar nuestro crecimiento en los próximos años", vaticinó el responsable de Planasa.



# TALETE

EL VALOR DE CADA GOTA

**MEJOR PRODUCTIVIDAD DEL AGUA**

**AUMENTO DE LA BIOMASA PRODUCIDA**

**MEJOR HIDRATACIÓN**

**INCREMENTO DEL RENDIMIENTO**

Distribuido por:



**Valagro**<sup>®</sup>

Where science serves nature

# Bayer impulsa oportunidades de crecimiento para la agricultura sostenible con innovación colaborativa

*La estrategia de I+D de la compañía les permite unir sinergias con empresas de todos los tamaños.*

Como parte de la serie de eventos virtuales Future of Farming Dialogue de la compañía, Bob Reiter, jefe de investigación y desarrollo de la división de Crop Science de Bayer, ha destacado la interconectividad entre los expertos científicos dentro y fuera de la propia red de recursos de I+D de la empresa, su importancia para la innovación y las próximas soluciones para avanzar en el futuro de la agricultura. Reiter ha participado junto con los CEOs de Pairwise, Rantizo y Oerth Bioenel en el evento virtual global 'Open Innovation: How Collaboration Unlocks a Sustainable Future'.

“Como líder en este espacio, Bayer está comprometida con la transformación de la agricultura a través de nuestro modelo de innovación abierta”, dijo Reiter, añadiendo que “esta estrategia de I+D nos permite unir fuerzas con socios de todos los tamaños, desde start-ups hasta empresas establecidas, para buscar activamente nuevas ideas creativas en todo el ecosistema de innovación. Esto no solo alimenta los cambios fundamentales en el pensamiento, sino que también apoya la agricultura de hoy y ayuda a dar forma a la agricultura del mañana”.

Las inversiones en edición genética promueven la agricultura con una mejor calidad de los alimentos, un mayor rendimiento de los cultivos.



La agricultura sostenible es uno de los objetivos de Bayer.

La edición genética en cultivos significa una oportunidad transformadora para mejorar el rendimiento de la cosecha y una mayor elección para los agricultores y consumidores de todo el mundo.

Gracias a su acuerdo de I+D con Pairwise, el Broad Institute y otros,

Bayer tiene acceso a las mejores herramientas de edición del genoma. “Herramientas como la edición de genes ofrecen nuevas soluciones a los desafíos alimentarios a los que se enfrentan tanto los productores como los consumidores”, según defendió Tom Adams, CEO de Pairwise.

## La I+D de Bayer impulsa productos para cultivos líderes

*La inversión de 2.000 millones de euros es casi el doble de los competidores más directos de la compañía.*

Bayer ha anunciado los avances en productos en fase de desarrollo y ha actualizado la información sobre los productos en fase de investigación específicos de la división Crop Science. En 2020, Bayer comercializó diez formulaciones de fitosanitarios y continuó avanzando para la introducción en el mercado de tres productos biotecnológicos clave, al tiempo que proporcionó a los agricultores de todo el mundo más de 430 híbridos y variedades de maíz, soja, algodón y hortalizas recientemente comercializados.

La inversión anual de Bayer de 2.000 millones de euros en I+D de Crop Science es casi el doble del gasto de los competidores más directos de la compañía. Con un pico de facturación estimado de hasta 30.000 millones de euros, Bayer convierte continuamente la inversión en productos nuevos e innovadores que benefician a productores, consumidores y al planeta.

“Cada proyecto de nuestra línea está diseñado para ayudar a los agricultores a desarrollar formas más eficientes de cultivar y para satisfacer sus

necesidades”, dijo Bob Reiter, director de Investigación y Desarrollo de la división de Crop Science de Bayer. “Contamos con una gran experiencia en convertir la I+D en soluciones viables para los agricultores que mejoran la productividad, añaden valor y utilizan de manera más eficiente los recursos naturales para producir un cultivo”.

El compromiso de Bayer se ha traducido en diez nuevas formulaciones de fitosanitarios y tres rasgos biotecnológicos que avanzan hacia la fase de introducción en el mercado.

## Abierto el plazo de inscripción para el Programa Puebla de Corteva y ALAS, dirigido a jóvenes del sector agrario

*La iniciativa apoya proyectos innovadores de jóvenes agricultores con el objetivo de frenar el abandono de la actividad agrícola en el medio rural.*

Aquellos jóvenes ligados al sector agrario que quieran comenzar o afianzar su actividad profesional en el entorno rural, cuentan con una nueva oportunidad para hacerlo posible. El Programa Puebla, lanzado recientemente por Corteva Agriscience y Alianza por una Agricultura Sostenible (ALAS), ha abierto el plazo de inscripción y recepción de candidaturas de proyectos innovadores que fomenten el futuro del sector.

Se trata de un programa que nace con el objetivo de “frenar el abandono de la actividad agrícola en el medio rural, a través del apoyo a ideas empresariales impulsadas por jóvenes españoles; una iniciativa de financiación y difusión que pretende premiar aquellos proyectos agrícolas que fomenten el futuro del campo y el relevo generacional en el sector”, según explicó ALAS en un comunicado.

Los seis ganadores finales recibirán una dotación económica por valor de 7.500 euros, así como la puesta en marcha de una campaña de difusión y visibilización del proyecto entre asociados de Alianza ALAS (formada por Asaja, UPA y COAG, Cooperativas Agro-alimentarias de España, la Federación Española de Productores



Los jóvenes agricultores pueden beneficiarse del Programa Puebla de Corteva y ALAS.

Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (Fepex) y la Asociación Española de Agricultura de Conservación/Suelos Vivos), instituciones, medios de comunicación y redes sociales. Los jóvenes agricultores o ganaderos que tengan ilusión, ideas y no quieran abandonar sus raíces por falta de oportunidades, podrán

presentar su candidatura a través de [www.programapuebla.es](http://www.programapuebla.es), desde el 20 de enero de 2021 hasta el 1 de julio de 2021. Se podrá presentar cualquier mujer u hombre menor de 40 años, que cuente con un proyecto del ámbito agrario y agroalimentario en fase de desarrollo, ubicado en entornos de no más de 20.000 habitantes.

## Corteva elige a Dadelos para comercializar bioestimulantes

*Dadelos Agrosolutions desarrolla tecnologías dedicadas a la nutrición vegetal y al metabolismo de las plantas.*

Corteva Agriscience, compañía multinacional agrícola referente en tecnología aplicada a semillas, protección de cultivos y agricultura digital, y Dadelos Agrosolutions, fabricante español de materias primas orgánicas, para la industria formuladora de Agro-orgánicos, han anunciado un acuerdo para desarrollar, validar y comercializar bioestimulantes para agricultores de todo el mundo.

Conocido por su amplia experiencia en el sector, Dadelos Agrosolutions desarrolla tecnologías dedicadas a la

nutrición vegetal, al metabolismo de las plantas y a la respuesta al estrés.

Antonio Bravo, director de Marketing de Protección de Cultivos de Corteva Agriscience en Iberia, resaltó la importancia de esta unión: “Llevamos años trabajando en ofrecer herramientas que ayuden a los agricultores a ser más productivos, rentables, y sostenibles. Con este acuerdo se refuerza nuestro compromiso de ofrecer productos biológicos para la producción agrícola, a través de nuestra línea de soluciones bioestimulantes. Nuestro

acuerdo con Dadelos Agrosolutions es otro paso más en nuestro esfuerzo por continuar ampliando el portfolio de productos biológicos de Corteva de la mano de expertos líderes en esta área”.

Por su parte, Norbert Pons, director Ejecutivo de Dadelos Agrosolutions, apuntó que “las tecnologías que hemos desarrollado durante los últimos 30 años tienen como uno de los objetivos principales ayudar a los agricultores a producir más alimentos de mejor calidad y reducir el impacto en el medio ambiente”.

## BASF Agro lanza la segunda edición del concurso de fotografías sobre el campo #YoSoyAgricultor

*Está destinado a los agricultores que quieren enseñar su valiosa contribución al campo y a la sociedad española.*

**B**ASF Agro ha lanzado la segunda edición de #YoSoyAgricultor, el concurso de fotografía destinado a los agricultores que quieren enseñar su valiosa contribución al campo y a la sociedad española.

Después del éxito del año pasado, esta edición de #YoSoyAgricultor presenta algunas novedades e invita a los agricultores españoles a participar con el objetivo de dar visibilidad a su actividad diaria en el campo.

El certamen #YoSoyAgricultor de BASF busca resaltar la labor de los agricultores, además de plasmar la cotidianidad y las actividades de los profesionales del ámbito rural, poniendo de relieve paisajes, campos, pueblos con sus gentes y sus abores.

España es uno de los países con mayor proporción de PIB agrario de la Unión Europea, factor que influye año tras año en la incorporación de nuevos profesionales en el sector agrícola. Muchos jóvenes agricultores han decidido trabajar en el sector primario, gracias a una vocación que los anima a reflejar lo más positivo de los beneficios de la agricultura, en un entorno que tiende a evolucionar a través de las nuevas tecnologías.

Consciente de que las nuevas, y también no tan nuevas, generaciones comparten cada vez más sus experiencias en las redes sociales, BASF Agro quiere que los profesionales del sector agrícola hagan suya la etiqueta #YoS-



Trabajo presentado por Adrián Doménech, concursante de la edición de 2020.

oyAgricultor, para reflejar el orgullo de ser partícipe de un sector tan fundamental en la economía española. Por este motivo, BASF anima a todos los expertos del sector agrario, a entrar en la web [www.yosoyagricultor.com](http://www.yosoyagricultor.com) para compartir su mejor foto relacionada con el mundo de la agricultura.

El objetivo de esta iniciativa es dar visibilidad a la inmensa diversidad y

riqueza del mundo rural, ya que España cuenta con una gran cantidad de paisajes majestuosos y vivencias cotidianas, que reflejan la riqueza de su agricultura.

Participar es simple: los agricultores deberán rellenar el formulario de participación y luego subir una foto a través de la página web [www.yosoyagricultor.com](http://www.yosoyagricultor.com).

## Konstantin Kretschun, nuevo director de Soluciones Agrícolas

*Uno de sus objetivos es potenciar una agricultura más sostenible para todos.*

**T**ras un año donde la agricultura ha tenido un papel fundamental para todos, BASF ha comenzado el 2021 con un nuevo nombramiento en la dirección de la División de Soluciones Agrícolas. Tras varios años trabajando para la multinacional alemana, Konstantin Kretschun sustituye a Silvia Cifré, que seguirá en la compañía con otro rol desde Colonia.

El objetivo del nuevo director en España, para este 2021, es seguir apo-

yando una agricultura sostenible, con el foco puesto en agricultores y distribuidores. “Ellos son la pieza angular de nuestra estrategia para que los alimentos puedan llegar a todos”, afirmó el nuevo director.

Kretschun es experto en negocios y relaciones internacionales y ha dedicado casi toda su carrera profesional a coordinar y gestionar proyectos de BASF en Estados Unidos, Hong Kong y Alemania. Lideró la estrategia de

marketing para diferentes cultivos en BASF Rusia, donde estuvo trabajando mano a mano con los agricultores para conocer de cerca sus necesidades y comprender cómo se podían beneficiar de las innovaciones agrícolas.

Su último cargo en la compañía ha sido como responsable de la División de Soluciones Digitales para la Agricultura en EMEA, dedicándose a sentar las bases y desarrollar la estrategia digital de BASF.

## Biobest ayuda a proteger preventivamente el cultivo de frambuesa contra la araña roja

*Cuando las matas de frambuesa salen del reposo vegetativo invernal, la araña roja está al acecho.*

**P**ara los productores que cultivan en túneles ha llegado el momento de tomar precauciones contra la plaga de la araña roja, tan habitual en el cultivo de la frambuesa. Gaby van Kemenade, asesor de Biobest, ha defendido, en este sentido, que, “para lograrlo, se puede introducir preventivamente el Californicus-Breeding-System”.

Como su propio nombre indica, este producto de Biobest consiste en ácaros Californicus que se suministran en bolsas de cría que contienen alimento para que puedan reproducirse. A lo largo de seis semanas, los ácaros salen gradualmente de las bolsas y protegen las plantas contra los primeros ataques de la araña roja.

El asesor de Biobests explicó que “las bolsas de cría son muy fáciles de colocar, ya que se cuelgan con un gan-

cho. Nuestra recomendación es colgar una cada dos metros entre las plantas”. Este ácaro también está disponible en material suelto, con el nombre de Californicus-System.

### Phytoseiulus-System con el calor

Si suben las temperaturas al avanzar la temporada, pueden aparecer focos de araña roja en los cultivos y, para combatirlos, se necesitan refuerzos. “En ese caso recomendamos reforzar el control con Phytoseiulus-System. El Phytoseiulus persimilis es un ácaro depredador muy voraz que hace frente a la araña roja. Recomendamos introducir de 15 a 20 por metro. Este ácaro, de un llamativo color rojo, es todo un especialista en la araña roja: es su única fuente de alimento, de modo que no puede sobrevivir sin ella. Es eficaz a

temperaturas por encima de los 15°C”, especificó Gaby.

El asesor de Biobest lanzó un consejo adicional para los productores de frambuesas, que no tiene que ver con el control de la araña roja, sino con la polinización.

Según Gaby van Kemenade, “las frambuesas plantadas en túneles florecen en abril, cuando los días todavía pueden ser fríos y oscuros, lo que dificulta la polinización. Se recomienda el uso de abejorros. Nuestras colmenas multi-hives contienen tres colonias envasadas en una caja de poliestireno que las protege contra las inclemencias climáticas. Este ‘abrigo’ también está disponible para nidos individuales, con el nombre de Bee-Coat. Ofrece una protección que permite a los abejorros hacer su trabajo en condiciones óptimas”, subrayó.



*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*



# AgroGM ofrece herramientas para mejorar la producción y maduración estancada de frutos rojos

La empresa asesora en los dos problemas principales que atraviesa la campaña de la provincia de Huelva.



La aplicación de productos distribuidos por AgroGM ha dado resultado en el cultivo de la fresa.

La empresa AgroGM está asesorando a técnicos de empresas de frutos rojos de la provincia de Huelva para acabar con dos problemas de este momento de la campaña agrícola, ya que el aumento de calibre y la maduración de los frutos se están viendo perjudicados, y con ello, baja la producción.

Esto se debe a la meteorología que hemos tenido hasta ahora: poca luminosidad, temperaturas muy bajas, alta humedad relativa, etc., provocando que la planta de frutos rojos frene su metabolismo y, por ende, la produc-

ción y la maduración de sus frutos. La solución viene de la mano de dos productos, Stoller Potasio y Berry Quality, ambos de la marca Stoller, y de los que AgroGM es el distribuidor oficial.

“Es el momento apropiado para ver las bondades de dichos productos”, explicó la compañía, que aseguró que con estos productos se consigue aumentar la maduración de la fruta (sin detrimento de su consistencia), el tamaño de la misma, homogeneizar su calibre y, por tanto, que haya más y mejor producción. En definitiva, se

trata de productos que “aportan calidad y cantidad” a los cultivos.

Los productos de Stoller, distribuidos en exclusiva por AgroGM, cuentan con una potente tecnología patentada y están al servicio del cultivo de los frutos rojos en todos y cada uno de sus estados fenológicos.

AgroGM es una empresa onubense con más de 15 años de trayectoria en la comercialización, distribución y asesoramiento de productos nutricionales para la agricultura con un alto desarrollo tecnológico.

agrodianariohuelva

[www.agrodianariohuelva.es](http://www.agrodianariohuelva.es)

ad huelva [facebook.com/agrodianariohuelva](https://www.facebook.com/agrodianariohuelva)  
[twitter/agrodianariohuelva](https://twitter.com/agrodianariohuelva)

Primer portal de información agrícola,

ganadera y pesquera de la provincia.



# La empresa especializada en control biológico Biosur se incorpora a Freshuelva como partner

Cuenta con más de 30 años de experiencia en diferentes estrategias para el control biológico de plagas.

La empresa comercializadora de insectos para la polinización biológica de los cultivos Biosur se ha incorporado a Freshuelva Partner, figura creada por la asociación de productores y exportadores onubenses para reunir en torno al sector a las empresas que prestan sus servicios a los asociados de Freshuelva.

Biosur Productos Agrícolas S.L.U. es una empresa almeriense que cuenta con más de 20 años de dedicación intensa a la comercialización de insectos para la polinización biológica de los cultivos y de auxiliares para el control biológico de plagas.

En la provincia de Huelva, la empresa almeriense lleva desde la campaña pasada trabajando en la implantación del control biológico y en la lucha biológica, sobre todo en el cultivo de arándano y con un proyecto de investigación junto a Fres Palos para ins-

taurar protocolos de defensa frente a pulgones, cochinillas y trips.

Biosur también está trabajando para hacer frente a los daños causados por el *Scirtothrips aurantii*, un tipo de trips detectado por vez primera el año pasado, con una estrategia en la que propone el empleo del Trip-Soil (trip de suelo), conocido en Almería por su eficacia como depredador de pupas de trips, evitando así su reproducción. El Trip-Soil se complementa con otros enemigos naturales, como el cucumeris, ácaro depredador con el que se controlan los estadios larvarios de trips.

A su vez, el protocolo incluye la colocación de placas azules y tratamientos con microorganismos por vía foliar para controlar también la fase de adulto del trips. Un programa completo de control integrado de plagas en el que tanto los técnicos de Biosur como los

de Fres Palos están depositando grandes expectativas.

Los técnicos de Biosur también están actuando frente a la plaga de la cochinilla acanalada en arándanos, para la que se están haciendo sueltas de su depredador natural, *Rodolia cardinalis*. En cuanto a los pulgones, *Ericaphis*, se están controlando con sueltas de sirfidios y otros auxiliares, como las avispas parasitoides *Aphelinus abdominalis*.

Con la incorporación de Biosur, son 37 las entidades o empresas que forman parte de Freshuelva Partner, una novedosa figura en la que se embarcaron en un primer momento más de una veintena de empresas que, en el desempeño de su actividad, colaboran con las empresas exportadoras y productoras de frutos rojos, aportando los servicios e instrumentos necesarios para completar la cadena de producción y exportación.



PRODUCIMOS PLANTAS.  
CREAMOS VARIEDAD.



primavera

Temprana y muy productiva



**EL PINAR**  
Nursery & Fruit Co.

VICTORY

La mejor vida postcosecha

# Freshuelva participa en la campaña europea 'CuTE-4 You' de homenaje a los productores de frutas

La iniciativa de Eucofel y la UE también pondrá el foco en la importancia del consumo de los productos europeos.

El consorcio hortofrutícola FruitVegetablesEurope (Eucofel), que aglutina a más de 4.500 empresas de los principales países productores europeos, ha lanzado con apoyo financiero de Bruselas el programa de divulgación 'CuTE-4You: Cultivating the Taste of Europe for You', con el objetivo de poner en valor el trabajo esencial del sector realizado durante la pandemia de la Covid-19 y generar un movimiento de apoyo a los agricultores europeos que promueva a su vez el consumo de frutas y hortalizas producidas dentro de la Unión Europea.

La campaña de FruitVegetablesEurope, en la que participan organizaciones tan destacadas y representativas como Comité de Gestión de Cítricos, Afrucat, Freshuelva, Cooperativas Agro-alimentarias de Granada/Espárrago Verde, +Brócoli, Alcachofa de España, Proexport, Asociafruit, Afruex, Apoexpa, Fedefruta y Fepex, pretende llevar los mensajes de pertenencia y orgullo del sector a millones de consumidores en España, Alemania y Bélgica. Los tres países se encuentran en el 'top 10' de los principales productores de fruta de la UE y representan el 33% de la producción total (Bélgica, que es un importante centro logístico con el 3%, Alemania con el 6% y España con el 24%).

“En los momentos más difíciles de la pandemia de la Covid-19, los agricultores de la UE han estado ahí, junto a los consumidores; han trabajado con valentía y compromiso para seguir cultivando y para llevar frutas y verduras a las mesas de millones de europeos. Ahora, necesitamos que los europeos se comprometan con nosotros, demandando frutas y verduras de Europa”, destacó el presidente de FruitVegetablesEurope, Juan Marín. “Pediremos a los ciudadanos que miren la etiqueta y se aseguren de que sus productos sean de aquí. Todos sabemos que la mejor forma de agradecer a los agricultores de la UE es consumir y disfrutar de las frutas y hortalizas europeas. Con ello gana el consumidor, gana el productor y gana Europa”, añadió Marín. El presidente resaltó el carácter estratégico de la agricultura, porque “no podemos quedarnos en manos de terceros países; y que cualquier crisis, pandemia o contingencia geopolítica nos pueda dejar sin esos alimentos tan necesarios que necesitan los consumidores de Europa”.

Por su parte, el presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho, destacó el esfuerzo del sector onubense de los frutos rojos para abastecer de productos a toda Europa desde el comienzo de la campaña, “superando todas las adversidades a las que nos tuvimos que enfrentar, como el cierre del canal Horeca, los problemas en los desplazamientos, la falta de mano de obra... Los productores de frutos rojos demostraron que su prioridad es abastecer y alimentar a los europeos y debemos agradecerles también consumiendo fresas, frambuesas, arándanos y moras que se produzcan en Huelva, en España y en Europa”.

En un video promocional de la campaña, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, reconoció el valor que tienen las frutas y hortalizas desde el punto de vista de la salud, la nutrición, la economía, el empleo, el desarrollo rural y el medio ambiente. “Soy el ministro de este país



Momento de la grabación del spot en los campos de Huelva.

que se llama la huerta de Europa y con mucha razón, porque efectivamente nutrimos de frutas y hortalizas al conjunto de la UE y somos el mayor productor”, subrayó el ministro, que recordó que nuestro país cuenta con más de 1,7 millones de hectáreas, más de 30 millones de toneladas al año en producción de “excelentes frutas y hortalizas, muy diversas”; una actividad que permite 200.000 empleos directos y 100.000 indirectos en la recogida y manipulado. “Los más de 16.500 millones de euros de nuestras exportaciones al resto de la UE y del mundo muestran de qué forma contribuimos al desarrollo de este sector”, añadió. Asimismo, Planas valoró que, en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible, el sector responde a las nuevas demandas en materia de respecto del medio ambiente y de lucha contra el cambio climático.

“El brote de Covid-19 ha desencadenado una crisis sin precedentes. Estoy profundamente agradecido a nuestros agricultores y productores que han demostrado su capacidad de recuperación y han continuado proporcionando a los europeos alimentos seguros y de alta calidad durante la pandemia”, remarcó el comisario de Agricultura y Desarrollo Rural de la UE, Janusz Wojciechowski, tras apuntar que “garantizar la seguridad alimentaria y una cadena de suministro alimentaria eficaz en toda la UE, es una de las prioridades de la Comisión”.

“El año pasado ha dejado claro que es fundamental garantizar que todos tengan acceso a alimentos suficientes, nutritivos y sostenibles, preservando al mismo tiempo nuestro potencial de producción agrícola y reconociendo el papel clave que juegan nuestros agricultores en este contexto. La asequebilidad de los alimentos y la generación de beneficios económicos más justos para los agricultores van de la mano”, añadió Wojciechowski, que reconoció que los productores de frutas y hortalizas y sus organizaciones experimentaron problemas financieros y de flujo de caja, causados por el cie-

re del sector de la hostelería y otros puntos de venta de sus productos, así como dificultades en la cosecha debido a la escasez de mano de obra.

“Para ayudar a aliviar estos problemas, la Comisión tomó rápidamente medidas para dar más flexibilidad en la implementación de los programas de apoyo al mercado de frutas y hortalizas y el plan escolar de la UE (que cubre la leche, las frutas y las hortalizas). Esto permitió la reorientación de las prioridades de financiación hacia medidas de gestión de crisis”, puntualizó el comisario. De otro lado, recordó que “los desafíos ambientales actuales nos obligan a reducir significativamente el uso y los riesgos de productos químicos fitosanitarios, así como el uso de fertilizantes y antibióticos, y al mismo tiempo aumentar la superficie dedicada a la agricultura orgánica” y, en este sentido, “la CE ha respaldado un cambio hacia una dieta más basada en plantas, con más frutas y verduras”.

Las cantantes Natalie Horler (representante de Alemania en el Festival de Eurovisión 2013) y Kate Ryan (la opción de Bélgica en 2006 para el Festival), son los rostros conocidos que participan en el vídeo-spot de ‘CuTE-4You’, junto a Blas Cantó -el representante de España en el certamen de Eurovisión 2021, que acogerá la ciudad de Rotterdam (Holanda) a finales de mayo- y Soraya Arnelas (participó en el concurso europeo en 2009). Los cuatro artistas han mostrado su respaldo absoluto al consumo de frutas y hortalizas producidas en Europa por las implicaciones positivas que tiene para los agricultores, la economía y el desarrollo rural. El videospot de campaña se ha nutrido con imágenes de cultivos y productores rodadas en las principales zonas hortofrutícolas del país.

La nueva campaña dará continuidad a ‘Cute - Cultivating the Taste of Europe’, una estrategia global de FruitVegetablesEuropa lanzada en 2018 para poner en valor métodos de producción y las características de las frutas y hortalizas europeas, que ha llegado ya a 220 millones de consumidores.

En el marco ‘CuTE-4You’ se desarrollarán acciones específicas de apoyo a los productores de naranja, mandarina, clementina, sandía, melón, fresas, frambuesas, moras, arándano, melocotón, nectarina, ciruela, uva de mesa, albaricoque, cereza, paraguay/melocotón plano, tomate, pimiento, lechuga, brócoli, espárrago verde, alcachofa, espinaca y apio, entre otros. Además de un audiovisual, la campaña se nutrirá de ‘diversas acciones en medios de comunicación, Internet y redes sociales para generar todo un movimiento social a favor del consumo de frutas y hortalizas europeas, tal y como resume el eslogan: “Cuando consumes nuestras frutas y hortalizas, gana Europa y ganamos todos”.

### Distorsión de mercados

Si los productores europeos ya estaban lidiando con mercados altamente volátiles, la pandemia ha creado condiciones de inseguridad entre los productores y comercializadores. En este sentido la campaña ‘CuTE-4You’, que cuenta con un presupuesto de 922.000 euros y cofinanciación de la UE, quiere contribuir a restaurar las condiciones normales del mercado tras los múltiples impactos de la pandemia Covid-19. El sector europeo de frutas y hortalizas es clave para la UE, con un peso del 19,8 % de la producción agrícola total; cerca de cinco millones de hectáreas y valor superior a los 52.000 millones de euros, que ofrece, además, alimentos asequibles y de alta calidad a 511 millones de consumidores.



La campaña anima al consumo de fresas europeas.



La frambuesa también es un fruto muy consumido en Europa.



El arándano y la mora también son promocionados en esta iniciativa.

## Reparto de tarrinas de berries en farmacias para conmemorar el Día Mundial de los Frutos Rojos

*La Interprofesional recaba la ayuda del Ministerio para que la FAO le dé oficialidad a esta celebración.*



Presentación de la iniciativa lanzada por Interfresa.

**L**a conmemoración del primer Día Mundial de los Frutos Rojos ha recibido una gran acogida por parte de los onubenses que han podido encontrar en sus farmacias, con las compras habituales de sus medicamentos y otros productos farmacéuticos, un detalle de salud: una degustación de frutos rojos cargados de sabor y propiedades nutricionales.

Este ha sido el modo en el que la Interprofesional de la Fresa y los Frutos Rojos de Andalucía, Interfresa, ha querido reivindicar, con el apoyo generoso del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva, los incontables beneficios que los frutos rojos aportan a las personas con un consumo regular. Y, por otra parte, con la aprobación de la solicitud que hace unas semanas realizó al Ministerio de Agricultura para que intercediera ante la FAO y diese carta de oficialidad al Día Mundial de los Frutos Rojos.

En este día, Interfresa ha repartido 3.000 tarrinas de frutos rojos –arándanos, moras, frambuesas y fresas- por 15 farmacias de la capital, con el fin de que estas, a su vez, las distribuyan entre sus clientes junto con la información relativa a sus propiedades saludables, avaladas por expertos

científicos. En este sentido, el presidente de Interfresa, José Luis García-Palacios Álvarez, explicó que “en las farmacias lo que encontramos es salud y elementos para salud, así que, qué mejor que relacionar el consumo de los frutos rojos con la mejora de la salud”.

Con esta iniciativa, la interprofesional tiene como objetivo difundir qué significan los frutos rojos en la salud de las personas. “Que se sepa que los frutos rojos, como elemento esencial de la mejor nutrición que pueden tener las personas, son una fuente de salud absoluta y con un respaldo científico”, recalzó García-Palacios.

“El respaldo oficial de la FAO supondría reconocer algo que ya sabemos desde hace mucho los agricultores, muchos consumidores y profesionales de la medicina, científicos y farmacéuticos: que en los frutos rojos tenemos una fuente inagotable de beneficios para nuestro organismo: antioxidantes, anticancerígenos, antiinflamatorios, antitrombóticos, y que sea Huelva quien lo promulgue ante la FAO es para sentirnos orgullosos. Producimos salud y es lo que perseguimos: una sociedad más rica y más sana en todos los sentidos”, añadió el presidente de Interfresa.



Una de las farmacias de Huelva en las que se repartieron berries.

Por su parte, el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva, Jorge Juan García Maestre, añadió que “la farmacia y la salud siempre están vinculadas”. “Estoy convencido de que la medicina del mañana será una medicina preventiva y, en base a esto, los frutos rojos son prevención para la salud, una forma de permanecer saludables vía alimentación”.

Unas 1.500 personas en la capital onubense recibieron su ración de salud en forma de frutos rojos a través de las farmacias de Huelva que colaboraron con esta iniciativa, que cuenta con el asesoramiento científico de uno de los mayores especialistas internacionales en nutrición, medicina deportiva y endocrinología, como es el doctor Antonio Escribano Zafra. De hecho, algunos de sus trabajos están centrados en dar a conocer todas estas propiedades de los frutos rojos, estando el consumo de estas frutas en lo más alto de sus recomendaciones y consejos para cuidar nuestra salud a través de una buena alimentación.

La campaña arrancó el pasado miércoles 7 de abril, coincidiendo con el Día Mundial de la Salud, y tendrá sus días de más intensidad a partir del lunes 12 de abril con acciones para difundir las propiedades de los frutos rojos, sus beneficios para la salud y las posibilidades que ofrecen también a nivel gastronómico. Por ello la campaña lleva como lema la combinación textual y gráfica ‘Con + Salud’, equivalente a Con-suma-Salud.

Teniendo en cuenta la situación de pandemia que atravesamos, la campaña de Interfresa no ha podido centrarse

en acciones para promover la participación directa de los ciudadanos y el contacto directo con los frutos rojos, a excepción de la acción en las farmacias, que no ha supuesto contacto alguno entre las personas por entregarse los frutos rojos de forma individualizada con la compra que cada cliente ha realizado.

Precisamente debido a la pandemia se ha apostado por una fuerte presencia en redes sociales, con la participación de una serie de embajadores que promueven en su actividad diaria un estilo de vida saludable. Estos prescriptores son la divulgadora científica, doctora en Farmacia y graduada en Nutrición Marián García, más conocida como ‘Boticaria García’; el cocinero y comunicador gastronómico Daniel del Toro; y la actriz, presentadora y humorista Silvia Abril.

Asimismo, la campaña incluye el lanzamiento de la web [www.frutosrojoshuelva.com](http://www.frutosrojoshuelva.com). Con ello, Interfresa activa una plataforma de contenidos para concentrar y dar a conocer todos estos valores y propiedades que los frutos rojos tienen para la salud, además de poner en valor el trabajo de todo el sector de los frutos rojos de Huelva y Andalucía, ya que este territorio es el gran espacio de producción de estas frutas en la Unión Europea. En este sentido, la campaña también destaca las cualidades de la fruta que se cultiva en los campos de Huelva y se comercializan a medio mundo. De hecho, cuando un productor de Huelva comercializa y exporta frutos rojos a cualquier país del mundo y cuando una persona adquiere estas frutas en su tienda de confianza, se está exportando y comprando también salud.

## Fresas en cajas de madera, sabor 100% sostenible

Freshuelva y Fedemco ponen en marcha la nueva campaña para la promoción de fresas en envases de madera.



Imagen de la campaña lanzada por Fedemco y Freshuelva.

La asociación de productores y comercializadores de frutos rojos de la provincia de Huelva, Freshuelva, y la Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes (Fedemco) han puesto en marcha una nueva campaña denominada 'Sabor 100% Sostenible' para la promoción de las fresas de Huelva en envases de madera y su posterior reciclado en el contenedor amarillo.

La comunicación coincide con el momento más álgido de la campaña de la fresa, ya que los supermercados y fruterías se están llenando de estos sabrosos frutos en cajas de madera, por lo que se trata de recordar a los consumidores que es el contenedor amarillo en el que deben depositar los envases de madera para su posterior reciclado.

Esta colaboración entre Freshuelva (la fresa y los berries de Huelva se han sumado a la nómina de embajadores y productos que han convertido a Huelva en Capital Española de la Gastronomía) y Fedemco pretende aportar su granito de arena a la conservación del medio ambiente, la sostenibilidad, el reciclaje y la economía circular.

Desde la creación de Freshuelva, sus fines estatutarios han sido la defensa y promoción del sector de Huelva, para lo que Freshuelva desempeña funciones y participa en tareas de muy diversa índole, siempre con el objetivo final de impulsar la imagen del producto y mejorar la tecnología y estructura del sector para, con ello, aumentar las rentas de los agricultores.

Por su parte, la Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes (Fedemco) aglutina desde 1991 a empresas que fabrican envases de madera para frutas y hortalizas; envases de madera para pescado y mariscos; palets, cajas y estuches para vinos, aceites, licores y otros agroalimentos; embalaje industrial de madera, componentes de envases de madera, tablero contrachapado, maquinaria, así como otros suministros.

Integra a varias asociaciones provinciales del sector y, por su representatividad nacional, es referencia e interlocutor válido para el Gobierno central, la cúpula patronal o los sectores de envase y embalaje de otros materiales.



# CORDIAL<sup>®</sup> EXTRA

Máxima concentración de piretrina

Autorizado en berries

Admitido en agricultura ecológica



COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ, S.A.

Viladomat, 321 5° - 08029 Barcelona Tel. 93 495 25 00 - Fax 93 495 25 02

E-mail: [masso@cqmasso.com](mailto:masso@cqmasso.com) · [www.massoagro.com](http://www.massoagro.com)

# Freshuelva participa en la reunión de los grupos de investigación del proyecto AgroMis del CeiA3

Esta iniciativa persigue acercar el conocimiento y la investigación a la práctica del sector agrícola productivo.



Los participantes de los grupos de investigación de AgroMis en la última reunión.

**F**reshuelva ha participado en la cuarta sesión de trabajo de ‘Ecosistemas Prácticos de Horticultura Intensiva Sostenible’, iniciativa enmarcada en el proyecto singular AgroMIS impulsado por el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (CeIA3) para favorecer la interacción del tejido del conocimiento con el sector productivo.

La jornada contó con la participación de agentes del sector productivo representados por la Asociación Onubense de Productores y Exportadores de Fresa, Freshuelva, y la Organización Interprofesional Hortiespaña, junto con la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería, Coexphal, y agentes del sector de conocimiento CeIA3, tanto de la Universidad de Almería, como de la Universidad de Huelva.

La sesión de trabajo fue inaugurada por Enrique Quesada, coordinador general del CeIA3. Por otro lado, Lola de Toro, gerente del CeIA3, explicó el marco de la convocatoria del Proyecto Singular AgroMIS, así como las actuaciones y rol de los participantes.

A continuación, participaron los grupos de investigación del CeIA3, empezando por el grupo “AGR-107 Protección Vegetal de Cultivos en Invernaderos” representado por el investigador Tomás Cabello de la Universidad de Almería, que llevará a cabo la ejecución de la línea 1 Control biológico- implementación de sistemas de control biológico.

Posteriormente, la línea 2: Mejora de la productividad, fue presentada por Diego Valera, del grupo “AGR-198 Ingeniería rural”, y Fátima Martínez, del grupo “AGR-227 Manejo integrado de recursos agrícolas y naturales”, de las universidades de Almería y Huelva respectivamente. Por último, la línea 3:

Mejoras tecnológicas – Automatización y TIC, fue presentada por Luisa Gallardo, Santiago Bonachela y Joaquín Hernández, del grupo “AGR-224 Sistemas de cultivo hortícolas intensivos”, de la Universidad de Almería, que presentaron dos acciones diferentes dentro de la misma línea; y por Juan Diego Borrero, del grupo “SEJ-110 Economía agraria”, y Juan Antonio Gómez Galán, del grupo “TIC-165 Ecosistemas electrónicos y mecatrónica” de la Universidad de Huelva. En algunas de las líneas se contará además con la colaboración del Ifapa que participa asimismo como agente colaborador en el proyecto.

Para concluir la sesión, se contó con la presencia de los agentes agregados que pudieron trasladar las demandas del sector y fortalecer las relaciones con el tejido del conocimiento. Paralelamente, los investigadores del CeIA3 pudieron resolver las dudas en materia de gestión económico-administrativa del proyecto para la correcta implementación y desarrollo de este con los técnicos de gestión de las universidades y del propio consorcio.

## El CeIA3 y el proyecto AgroMis

El Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación (CeIA3) es el resultado de la integración de las universidades de Almería, Cádiz, Huelva y Jaén, lideradas por la de Córdoba; cinco instituciones con una dilatada trayectoria científica que ponen al servicio de la sociedad y el tejido productivo todo su conocimiento en el sector agroalimentario con el objetivo de contribuir al desarrollo del sector y a dar respuesta a los retos agroalimentarios del siglo XXI.

# El grupo operativo Tics4Fruits valida tecnologías para reducir pérdidas en la fruta tras la recolección

Pondrá a prueba también sensores para la monitorización de variables durante la cadena de distribución.

**E**l grupo operativo Tics4Fruits sigue avanzando en el diseño de soluciones tecnológicas que permitan minimizar las pérdidas en el periodo de la post-recolección de la fruta y ahora comenzará a poner a prueba sensores para la monitorización de distintas variables durante toda la cadena de distribución, así como mejoras logísticas y de gestión de almacenes, con el fin último de reducir las pérdidas y los costes asociados.

En concreto se validará el funcionamiento de un indicador de frescura y de sensores para la medición de distintas variables ambientales (temperatura, humedad, etileno) y de transporte (vibraciones y choques), así como de nuevas operativas de transporte y modelos de gestión de almacenes. Y para ello se contará con la colaboración de las empresas Baró e Hijos, con sede en Lleida, y Frutaria, con base en Zaragoza, ambas dedicadas a la producción y comercialización de frutas.

Estas dos empresas participarán en el piloto del proyecto Tics4Fruits (2019-2021), financiado por el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación (MAPA) a través del Fondo Eu-

ropeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), e impulsado por un grupo operativo del que forman parte el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (Itene), el Parque Científico Tecnológico Fundación Aula Dei, la Universidad de Zaragoza, la empresa Geezar, Fepex y Mercasa.

En concreto, en este piloto, que coordina el centro tecnológico Itene, se pondrá a prueba, por un lado, un indicador colorimétrico para la detección de metabolitos generados por los productos y que, por tanto, aporta información -mediante un cambio de color del propio indicador, que es "leído" por una app desarrollada en el proyecto- sobre si las condiciones de ventilación durante el transporte y almacenamiento han sido las adecuadas o si, por el contrario, no lo han sido y pueden acelerar la maduración de la fruta.

Por otro lado, en el piloto también se testarán dos dispositivos. Uno de ellos mide en tiempo real la temperatura, humedad y la concentración de etileno, así como la localización durante el transporte y almacenamiento de los productos; mientras que el segundo registra las vibraciones y choques a los que están sometidos las cargas.

## TopControl

AUTOMATION AND CONTROL SYSTEMS

### Sistema de pesaje inteligente



OPTIMIZACIÓN  
PESO REGALO  
Y MÁXIMA  
PRODUCTIVIDAD

- ✓ Incrementa la productividad en tu empresa hasta un 30%
- ✓ Reduce significativamente los costes de mano de obra
- ✓ Disminuye el peso regalo de cada envase
- ✓ Aumenta la velocidad y la eficiencia en el proceso de envasado
- ✓ Registra los datos de peso y rendimiento del personal a través del software StatisticsWeights
- ✓ Retorno de la inversión (3-12 meses)



SOLICITA  
TU DEMO  
GRATUITA

[www.topcontrol.it](http://www.topcontrol.it)

Juan Carlos Gimeno · Sales Manager

+34 687 597 920 · [juan.gimeno@topcontrol.es](mailto:juan.gimeno@topcontrol.es)

TopControl Iberia S.L.U. · Avda. Doctor Pedro Guillen, N°5 · 30100 Murcia – España

# Agrocolor, líder en España en certificación GlobalGAP

La firma continúa afianzando su segunda posición en dicha norma a nivel mundial, recortando posiciones al primero y mejorando ostensiblemente sus números en Sudamérica.

**L**a empresa Agrocolor mantiene su primera posición en España en número de productores certificados en GlobalGAP según los datos arrojados por esta norma internacional a final de año.

Además, Agrocolor continúa afianzando su segunda posición en dicha norma a nivel mundial, recortando posiciones al primero y mejorando ostensiblemente sus números en Sudamérica (actualmente sexta certificadora en Perú en número de productores certificados).

El gerente de Agrocolor, Juan Pérez Zamarrón, aseguró, en este sentido, que “es un motivo de orgullo para todo el equipo que conforma Agrocolor mantener ese nivel de confianza por parte de los productores y de GlobalGAP, especialmente en un año marcado por una pandemia mundial que no ha impedido que nuestra empresa, líder en certificaciones y auditorías agroalimentarias, haya mantenido el nivel de calidad y servicio que exigen los protocolos y normas de GlobalGAP, a nivel nacional y mundial”.

En este sentido, desde Agrocolor siguen trabajando en todas las líneas afines a la norma para lograr una producción

agrícola segura y sostenible para beneficiar a los agricultores, minoristas y consumidores en todas las zonas en donde Agrocolor opera.

Agrocolor, como miembro asociado, tiene una función integral en la red GlobalGAP. Con su amplia experiencia, hace valiosas contribuciones a los grupos de trabajo técnicos nacionales y otros procesos de consulta con las partes interesadas. De esta manera, Agrocolor, como miembro asociado contribuye asimismo al establecimiento de estándares GlobalGAP.

Agrocolor ha certificado en GlobalGAP durante el año 2020 a 14.392 productores con un total de 79.421 hectáreas certificadas.

## Sobre GlobalGAP

GlobalGAP es un programa de certificación líder a nivel mundial cuya misión es unir a agricultores y minoristas para producir y comercializar alimentos seguros, proteger los recursos escasos y construir un futuro sostenible.

**bonanza**  
artes gráficas

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

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

# Fepex presenta sus observaciones a la nueva versión del protocolo de calidad GlobalGAP

Tras haberse sometido a consulta pública, estará orientada a homologarse con el protocolo americano GSFI.

**G**lobalGAP, organismo privado que establece normas voluntarias a través de las cuales se pueden certificar productos agrícolas dentro y fuera de la UE y que agrupa a importantes comercializadores y cadenas de distribución europeas, está llevando a cabo una nueva revisión, la sexta, de su norma más conocida: el protocolo GlobalGAP, que una vez aprobada, deberá ser asumida por los productores y exportadores españoles que certifican sus productos mediante dicho protocolo.

La nueva versión, la 6.2 del protocolo GlobalGAP, ha estado en consulta pública hasta el 31 de enero, estando prevista que haya otra consulta en abril y mayo. En este periodo, el grupo Técnico de Trabajo Nacional, cuya secretaria detenta Fepex, ha analizado las novedades y presentado sus observaciones. La nueva versión del protocolo GlobalGAP está orientada a homologarse con el protocolo americano GSFI.

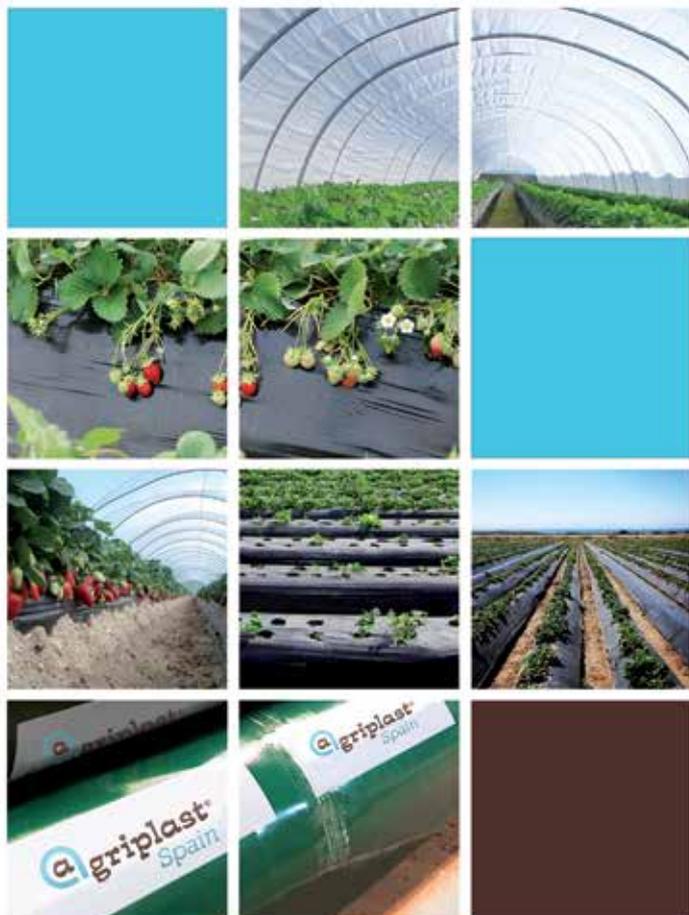
Una vez sea definitiva la revisión de este protocolo de calidad, el Grupo Técnico de Trabajo de España elaborará una guía de interpretación que establecerá los criterios para implementarla. Son muchos los productores y exportadores españoles de frutas y hortalizas que deberán asumir la nueva



Un técnico trabajando en una de las certificaciones.

versión del protocolo de calidad GlobalGAP e implementar las novedades, puesto que su cumplimiento es exigido por destacadas empresas europeas de distribución.

La norma establece requisitos de buenas prácticas agrícolas en el ámbito de la producción, del sistema de gestión de las explotaciones, trazabilidad, control de inputs, etc..



**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 Algarrobito, C/ B parcela 1. 21800 Moguer, Huelva  
T: 959 372 783 / tecnico@spsoluciones.es / [www.spsoluciones.es](http://www.spsoluciones.es)

# El ‘scirtothrips aurantii’ pone en alerta a los productores y técnicos agrícolas de arándano en Huelva

Los técnicos están convencidos de que se trata de una especie que no se había visto antes en la provincia.

La aparición de una nueva plaga en la provincia de Huelva ha puesto en alerta a los productores de frutos rojos en general y a los de arándano en particular. Se trata del *scirtothrips aurantii*, que fue localizado en fincas centinela en el mes de octubre, momento desde el que la Junta de Andalucía dio la voz de alerta a los técnicos. Lo cierto es que cada vez se extiende más, afectando a las producciones frutícolas de la provincia de Huelva.

Se trata de una plaga que procede de los continentes africano y australiano y que desde el pasado otoño está presente en Huelva. En principio se pensó que la plaga tenía cierta similitud con la presencia de un trip que se recordaba hacía varias décadas, sin embargo, a estas alturas, algunos técnicos están convencidos de que esta especie no se ha visto nunca en la provincia de Huelva.

El presidente de la delegación de Huelva del Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Andalucía Occidental, Coitand, Julio Volante, explicó que “se trata de una plaga nueva y, aunque en Huelva ya nos hemos enfrentado a otras de trips, como el *scirtothrips mangiferae*, sobre ésta en concreto desconocemos su comportamiento; pensábamos que el frío le afectaría pero las bajas temperaturas la han parado menos de lo que preveíamos”. En este sentido, Volante añadió que es una plaga de fácil dispersión, ya que, “durante lo que llevamos de invierno, ha demostrado una actividad inaudita para lo que se solemos ver”, subrayó Volante.

A esto se suma el hecho de que el cultivo de arándano cuenta con pocas herramientas autorizadas para hacer frente a plagas, de hecho, es una de las reivindicaciones que manifiestan los técnicos agrícolas siempre que tienen oportunidad. Lo que está por ver es el comportamiento que puedan tener los depredadores autóctonos, “es algo a lo que estaremos atentos porque pueden prestar una gran ayuda”, comentó el presidente de los ingenieros técnicos agrícolas.

Las variedades tempranas de arándano están empezando a entrar en producción en estos momentos, a partir de aquí la campaña seguirá avanzando hasta llegar muy pronto a la plena producción. La campaña de arándano de Huelva llega hasta el mes de junio con las variedades tardías. Esto hace que en estos momentos entremos en una etapa de máximo riesgo, porque hasta ahora el desarrollo vegetativo de las plantas estaba bajo mínimos por el frío, pero los días más cálidos provocarán el desarrollo de las plantas, su floración y posterior producción de frutos.

Este trip *scirtothrips aurantii* ataca a los brotes jóvenes e incluso a los brotes florales, lo que resta vigor a la planta, afecta directamente a su desarrollo y se traduce en una reducción en la producción, además de los daños que pueda causar en los frutos, ya que, aunque estén sanos, se tendrán que retirar de la venta en fresco, según explicó Julio Volante. Además, con la planta de arándano en producción ya no está autorizado usar productos.

Entre los frutos rojos, el arándano tiene el problema añadido de que la planta permanece, frente a la fresa, que se replanta en cada campaña, o la frambuesa, que no se replan-



Esta nueva plaga detectada en la provincia afecta al arándano.

ta cada campaña, pero con una permanencia en producción menor.

La primera producción de frutos rojos que ya ha atacado el *scirtothrips aurantii* en Huelva ha sido la de frambuesa, durante los primeros meses del año, cuando las variedades remontantes están en plena producción y cuya campaña acaba de terminar.

Volante explicó que se han detectado daños, pero la presencia de la plaga se ha podido controlar si ha coincidido con un ataque de araña. Y es que este cultivo tiene más autorizaciones que el arándano para controlar plagas.

Sobre los daños que puede ocasionar en la fresa, cuya campaña se encuentra llegando a su ecuador, Volante consideró que habrá que estar en alerta pero subrayó que este cultivo cuenta con un abanico más amplio que se pueden utilizar para hacer frente a plagas.

Uno de los problemas que se genera a la fresa en relación con la desinfección de suelo es que el Ministerio cada vez limita más los desinfectantes más utilizados en la zona como la cloropicrina y el dicloropropeno.

Las autorizaciones excepcionales de estas sustancias se va a limitar a años alternos, de forma que “se reducen cada vez más las herramientas que son de uso general con las consecuencias que ello tiene para una desinfección adecuada del suelo que aporta la materia activa”, apuntó Volante.



# coda

+ calidad

+ producción

+ vida poscosecha



aatomik

codasal  
premium

codasting

k·mad



sas

Sustainable Agro Solutions S.A.  
c/ta. N. 240, Km. 110, 25100 Almacellas (Lleida) España  
t. (34) 973 740 400 / info@sas-agri.com / [www.sas-agri.com](http://www.sas-agri.com)



AGROGAL



ASUCRA  
Sociedad Cooperativa Andaluza





## Jóvenes inmigrantes extutelados cosechan esperanza en el campo de Huelva

Freshuelva ha firmado un convenio de colaboración con la Asociación Familias Solidarias para el Desarrollo, con la entidad Amani y con la Asociación Voluntarios por Otro Mundo, presidida por el ex Defensor del Pueblo Andaluz, José Chamizo, por el que todas las entidades se han comprometido a trabajar conjuntamente para garantizar la integración de personas inmigrantes y de jóvenes extutelados, muchos de los cuales se encuentran trabajando actualmente en la campaña de frutos rojos onubense. El responsable de Onuagro-entidad que desempeña las labores de responsabilidad social y formación de Freshuelva-, Fernando Rodríguez, detalló que este acuerdo permite poner en contacto a las ONG con las 93 empresas asociadas de Freshuelva para satisfacer la necesidad de mano de obra. "Es una cuestión de responsabilidad social y un ejercicio de generosidad por parte de los empresarios, una buena manera de facilitar la integración de estos muchachos". Las asociaciones y Freshuelva velan por el cumplimiento del convenio del sector y los protocolos contra el contagio por coronavirus, así como la calidad del alojamiento que se les ofrece.



# Potenciando

*Rentabilidad y calidad*



Prevenir el  
bloqueo de  
los sistemas  
de riego.

## Ultrasol<sup>®</sup>

**Magnum P44<sup>®</sup>**

Ultrasol<sup>®</sup> Magnum P44<sup>®</sup> es un producto único, por ser un ácido seco y fuerte en forma cristalina. Gracias a su acción ácida, Ultrasol<sup>®</sup> Magnum P44<sup>®</sup>, aumenta considerablemente la absorción de nutrientes del suelo.

Ultrasol<sup>®</sup> Magnum P44<sup>®</sup> contiene 18 % nitrógeno (N) y 44 % fósforo (P<sub>2</sub>O<sub>5</sub>). 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.

Ultrasol<sup>®</sup> Magnum P44<sup>®</sup> 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!



Rendimiento más alto y mejor calidad y por consiguiente un mejor retorno sobre la inversión



Propiedades anti-bloqueo



Mejora la eficiencia de absorción de P y la captación de nutrientes en general



Fácil de manejar y seguro de usar





## Fresón de Palos y Recreativo de Huelva apuestan por el consumo saludable de frutos rojos

El Real Club Recreativo de Huelva y Fresón de Palos han cerrado un acuerdo de patrocinio para promover el deporte, en este caso el fútbol, y el consumo de berries como hábitos de vida saludable. Una iniciativa que se enmarca dentro del plan de la campaña 'Haz deporte. Come fruta' que promueve la compañía onubense y que tiene en el club Decano a uno de sus principales colaboradores. El Nuevo Colombino ha sido el lugar elegido para oficializar la prórroga de este acuerdo con la presencia de Emilio Vázquez y Juan Boleco, presidente y consejero de Fresón de Palos, respectivamente; y Manolo Zambrano, presidente en ese momento del Decano del fútbol español. Con la renovación de este convenio, la entidad albiazul y Fresón de Palos continúan la colaboración emprendida la pasada temporada, dentro de la que activarán distintas iniciativas para acercar al público los valores que defienden en su campaña.

# Telopic<sup>®</sup>

El fumigante líder para la nueva desinfección de suelos

**Telopic inyectable**



**Telopic EC goteo**



***Fungicida y nematicida de suelos agrícolas***



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

*Distribuidor oficial:*



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

# Identifican un gen que puede regular la maduración de la fresa

*Investigadores de la UMA estudian una proteína que servirá para mejorar la calidad de los frutos.*



**L**a fresa es uno de los cultivos de mayor importancia en Andalucía. Poder regular su proceso de maduración, por el cual adquiere las características que la hacen atractiva para el consumo, es el objetivo de un equipo de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Málaga (UMA), que lleva trabajando en esta línea de investigación desde hace años, con el objetivo de conseguir, a largo plazo, mejorar la calidad de este fruto, así como alargar la vida útil del mismo tras su recolecta.

Así, científicos del departamento de Biología Molecular y Bioquímica de la UMA han dado un paso más y han identificado un nuevo gen, cuyo papel se desconocía, demostrando que, hasta la fecha, es el regulador más general del proceso de maduración de este fruto. Este trabajo ha sido publicado en la revista científica *The Plant Cell*.

Se trata de RIF (Ripening Inducing Factor o Factor de Inducción de la Maduración), una proteína que regula muchos de los procesos que ocurren durante la maduración de la fresa, el proceso de desarrollo de esta fruta a través del cual adquiere las características fundamentales para ser atractiva

y apta para el consumo, como son el color, sabor, aroma y textura.

“Anteriormente, ya se habían estudiado otras proteínas del mismo tipo, pero con un papel más específico en la maduración, puesto que únicamente intervenían en la regulación de procesos concretos, como por ejemplo la alteración del color”, explicó el investigador del Laboratorio de Bioquímica y Biotecnología Vegetal de la UMA David Posé, responsable de este trabajo.

Según el experto de la UMA, RIF controla genes implicados en muchos procesos asociados a la maduración, incluyendo genes responsables de la producción de antocianinas, que son los compuestos que dan el color rojo característico de las fresas; de la degradación de la pared celular, necesaria en el ablandamiento del fruto; de la síntesis de compuestos volátiles que intervienen en el aroma; de la síntesis de azúcares y ácidos orgánicos, que determinan el sabor; y también de la síntesis y señalización de la principal hormona implicada en la maduración, el ácido abscísico.

Por tanto, según indicó la UMA, RIF es un regulador esencial del proceso

de maduración de la fresa, de manera que, tal y como han constatado los autores de este estudio, modificando sus niveles se puede retrasar o acelerar la maduración de este fruto, afectando de esta manera los parámetros de calidad del mismo.

La científica del IHSM (Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea La Mayora) Carmen Martín es la principal responsable de este estudio, cuyos resultados forman parte de su tesis doctoral. Asimismo, se enmarca en el proyecto ‘Starting Grant de la European Research Council’ (ERC), concedido al profesor David Posé en 2015, con una dotación de 1,5 millones de euros.

Investigadores del IHSM, en anteriores estudios, ya habían logrado mejorar la técnica para obtener una variedad de fresa que se conservara más en el tiempo, así como modificar el genoma a partir de técnicas biotecnológicas para retrasar su maduración. Con este nuevo hallazgo, los científicos de la UMA ofrecen nuevas estrategias que permitirán retrasar la maduración de la fresa, aumentando la vida de los frutos y la calidad de los mismos.



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

AFYRA

607074880 - info@afyra.es

Knowledge grows

# BIOTRYG™

Tecnología de bioestimulantes para mejorar tus cultivos



## YaraVita™ BioNUE™

Un alivio al estrés abiótico

Suspensión altamente concentrada a base de ácidos húmicos, fúlvicos y humina, procedentes de leonardita micronizada y enriquecida con Zn y Mn.

## YaraVita™ BioTRAC™

La combinación es lo que importa

Mezcla cuidadosamente seleccionada de nutrientes diseñados para reforzar la acción de los compuestos bioestimulantes derivados de *Ascophyllum Nodosum*.

Aplicación tanto para suelo como foliar

- Mejora del crecimiento vegetativo
- Mejora la estructura del suelo y de la raíz
- Mejora tolerancia al estrés abiótico
- Mejora la absorción de nutrientes
- **Aumenta la producción**

Únete a Yara Premium Club





### **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





¿Increíble?

**¡No, es hefona!**

**LLÁMANOS**

955 812 839 | 950 172 278



**inma,**

Dirección comercial y marketing  
[www.hefona.com](http://www.hefona.com)



# Radisei<sup>TM</sup>

Máxima potencia desde la raíz



Con *Bacillus subtilis* SEIBS23.  
Cepa exclusiva de Seipasa

Descubre el  
bioestimulante  
radicular más potente  
para tus cultivos

N.º Registro: F0004121/2029



**Bioinsecticidas • Biofungicidas • Bioestimulantes**

Tel. 962 541 163 • [www.radisei.com](http://www.radisei.com)

[consulta@seipasa.com](mailto:consulta@seipasa.com) • [f](#) [t](#) [@](#) [in](#) [v](#)

Premio Nacional  
de Innovación 2020  
Pequeña y Mediana Empresa



Encuentra tu distribuidor SEIPASA  
más cercano en  
[seipasa.com/distribuidores](http://seipasa.com/distribuidores)

  
**seipasa**<sup>®</sup>  
natural technology