



fruit
attraction



SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN PARA EL SECTOR

La nueva edición de la Feria Fruit Attraction vuelve a reunir en Madrid a los principales productores de frutas y hortalizas en un año en el que la agricultura ecológica y la transformación digital se han definido como los principales retos del futuro

Fruit Attraction 2021



Regresa la gran fiesta comercial del sector hortofrutícola

► Organizada por Ifema Madrid y Fepex, la feria ha contado este año, el primero presencial tras la pandemia, con la participación de un total de 1.300 empresas de 44 países, 42.000 metros cuadrados netos de oferta de frutas y verduras y de toda la cadena de valor, ocho pabellones de recinto ferial y visitantes profesionales acreditados de 118 países

Fruit Attraction ha celebrado del 5 al 7 de octubre su 13ª edición registrando unas positivas cifras de participación con 1.300 empresas de 44 países -el 21% han asistido por primera vez-, alcanzando así los parámetros de la edición de 2018 y obteniendo el 82% de los de la última cita presencial en 2019. Más de 42.000 metros cuadrados de oferta hortofrutícola en los pabellones 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de Ifema han convertido a Madrid, un año más, en la capital mundial hortofrutícola.

La Feria, organizada por Ifema Madrid y Fepex, ha contado con todas las zonas de producción y Comunidades Autónomas de España, así como con una presencia inter-

nacional de 44 países. En esta representación internacional superior al 31%, ha destacado especialmente el notable crecimiento de Latinoamérica, así como el incremento de las empresas procedentes de Italia y Francia. Del mismo modo, el volumen de visitantes registrados está en nive-

El segmento Fresh Produce ha vuelto a registrar la mayor representación, con más del 65% de la oferta

les muy similares a la última convocatoria, con profesionales de 118 países.

En definitiva, una esperada y especial convocatoria que ha puesto de manifiesto el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar Fruit Attraction como instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

De las empresas participantes en esta primera edición presencial tras la pandemia, el segmento Fresh Produce ha vuelto a registrar la mayor representación, con más del 65% de la oferta de Fruit Attraction, que ha contado a su vez con un importante peso de la Industria Auxiliar, con el 28%.

Además, han completado la oferta las empresas especializadas en logística, movilidad, IT y gestión de la cadena de frío para alimentos frescos y congelados, que han expuesto en Fresh Food Logistics. Y un muy importante crecimiento en el área de Biotech Attraction y Smart Agro. Todo ello, demuestra el firme compromiso del conjunto del sector con el proyecto en esta edición, especial 'Retail'.

Programa de Compradores y País Importador Invitado

Fruit Attraction permite ofrecer a los participantes una plataforma de impulso y ex-

El completo programa de jornadas técnicas hace de la Feria el gran centro de conocimiento del sector, con unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos

► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

pansión internacional. En este sentido, Ifema Madrid, con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y del ICEX, ha vuelto a realizar una importante inversión en el Programa de Invitados Internacionales, que atrae a Madrid a más de 600 compradores y traders de 67 países, jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo.

A este programa se suma la iniciativa País Importador Invitado, que cuenta con el apoyo del ICEX, con Brasil, Ucrania, Corea del Sur y Bielorrusia como protagonistas en esta ocasión. Una acción que ha buscado favorecer las relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea y estos dos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria, sesiones de B2B.

Ponencias y mesas redondas, showcookings y entregas de premios

Los espacios Fruit Forum, ubicados en los pabellones 3,4 y 6, fueron marco de congresos, ponencias, mesas redondas y jornadas de enorme interés para el sector. Entre algunos de los grandes congresos que se celebraron destacan algunos como Biofruit Congress, que centró su cuarta edición en la demanda más sostenible.

El completo programa de jornadas técnicas hace de la Feria el gran centro de conocimiento del sector hortofrutícola, con unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los participantes y ponentes.

Del mismo modo, la feria fue escenario de la entrega del premio al ganador del I Concurso de Podcast Fruit Attraction: relatos de #agroinspiración, en apoyo a nuevos formatos de comunicación dentro del sector agroalimentario. Además, se celebraron los XI Premios Periodísticos de APAE y de Fruit Attraction.

Y, por supuesto, la gran fiesta del sector dio cabida a la sección Factoría Chef, que representa el espacio gastronómico dentro de Fruit Attraction con atractivas demostraciones y showcookings.

Ifema Madrid, un espacio seguro

En relación a las medidas adoptadas por la feria Fruit Attraction 2021 e Ifema Madrid para garantizar la seguridad de todos los profesionales, se ha desarrollado un estricto protocolo que ha contemplado todas las medidas necesarias para ordenar el flujo de asistentes y su movilidad, se han establecido controles de aforo y ampliado notablemente los pasillos dentro de los pabellones. Al mismo tiempo, se ha incorporado el registro digital para eliminar el contacto directo, así como las últimas tecnologías para la seguridad sanitaria y muy especialmente para la renovación del aire en pabellones.



COMUNIDAD AUTÓNOMA



El presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, asiste a la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas 'Fruit Attraction 2021'. CARM

El «valor estratégico» del sector hortofrutícola regional

► El presidente de la Comunidad, en su visita en Madrid a la Feria Fruit Attraction, destacó la importancia de una actividad cuyas ventas al exterior durante 2020 ascendieron a 3.037 millones de euros, un 18,45% del total nacional

Como no podía ser de otra manera, este 2021, la Feria Fruit Attraction ha vuelto a convertirse en el mejor escaparate para exponer el valor que tiene en la Región de Murcia el sector de frutas y hortalizas, que durante el primer semestre del año exportó 1.872 millones de euros. «No sólo somos la huerta de Europa, sino también la huerta del mundo», destacó el presidente de la Comunidad, Fernando López

Miras, en su visita a Ifema, donde defendió «el valor estratégico del sector hortofrutícola regional».

López Miras destacó, además, que «la producción murciana de frutas y hortalizas supone un 10,5 por ciento de la nacional, en términos de valor económico, y alrededor de un 3,6 por ciento del total de la Unión Europea, lo que refleja la importante posición de la Región de Murcia en el sector».

El comportamiento de las ventas al exterior ha sido, por el momento, similar al del pasado año, que ascendieron al término del ejercicio a 3.037 millones de euros, suponiendo más del 18 por ciento del total nacional de exportaciones por ese concepto. El volumen total exportado de frutas y hortalizas en el primer semestre ascendió a 1.403.525 toneladas. Los cultivos que mayor crecimiento en volumen registraron durante el primer semestre fueron

el apio, un 38 por ciento; la uva de mesa, con un incremento del 8,7 por ciento; el pimiento, un 7,51 por ciento; o el tomate, un 2 por ciento más.

La importancia del Trasvase

Durante los tres días que durado esta edición de Fruit Attraction, 84 empresas y organismos regionales han estado presen-

DE LA REGIÓN DE MURCIA

Principales destinos de exportación

■ Los principales destinos de exportación para la Región son la Unión Europea y Reino Unido. El primero ha representado en los primeros 7 meses del año el 49 por ciento de las exportaciones y, en el caso de Reino Unido, el 21,26 por ciento. En términos económicos, se ha exportado a Alemania por valor de 532.292 euros; a Francia, 236.462 euros; Países Bajos, 145.487; y Reino Unido, 398.070 euros. El ranking de los productos más exportados son lechuga, 17,31 por ciento; limón, 13,95 por ciento; coliflor y brócoli, 12,39 por ciento; y pimientos, 6,64 por ciento.



López Miras, junto a representantes de la empresa COATO. CARM

► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

tes en una de las ferias agroalimentarias más importantes para mostrar «que somos punteros y pioneros en el sector a nivel mundial, que utilizamos las técnicas más modernas y avanzadas, que tenemos una agricultura sostenible y que contamos con los productos de mayor calidad. Pero todo eso no sería posible sin agua, y el agua en la Región de Murcia llega gracias al trasvase Tajo-Segura», señaló López Miras.

Por ello, el jefe del Ejecutivo regional afirmó en Madrid que «es importante que esta semana hagamos también una defensa del Trasvase, para impedir aquellas hojas de rutas de otros gobiernos y otras administraciones que quieren cerrar una infraestructura sinónimo de crecimiento y de oportunidades para la Región».

«Somos pioneros en avances para reducir la aplicación de productos fitosanitarios»

El presidente defendió «el trabajo de las cerca de 73.000 personas que trabajan cada día para impulsar un sector con un peso determinante en la economía y el empleo y que, junto a las empresas y asociaciones, velan por su desarrollo, innovación y modernización, siempre con total respeto al medio ambiente y a la se-

guridad alimentaria de los consumidores», matizó.

Asimismo, explicó que «en la Región somos pioneros en avances para reducir la aplicación de productos fitosanitarios, en sistemas de eficiencia hídrica, y en modernización de regadíos, como lo pone de manifiesto que la superficie regada bajo riego localizado altamente tecnificado representa en fruticultura el 83 por ciento de la superficie total de regadío, frente a la media española del 48 por ciento», aseguró López Miras.

La presente edición de Fruit Attraction fue catalogada por el presidente de la Comunidad como «una de las más importantes desde su creación, porque recobramos la presencialidad, porque venimos de año y medio de pandemia que ha sido muy duro para los agricultores de la Región, y porque a ello se le suma el veto ruso o el precio de la luz, con el aumento de costes que ha traído».

Esta edición, los stands de la Región de Murcia han estado compuestos por la participación de forma agrupada de las asociaciones más representativas del sector (Proexport, Apoexpa y Fecoam) con 2.012 metros cuadrados de exposición, sumados a los que ocuparon las industrias auxiliares, así como el stand institucional de la Comunidad.



Los consejeros Luengo y Miguélez también acompañaron a los productores murcianos. CARM



El presidente regional visita un lineal de productos de la Región de Murcia. CARM

Un total de 84 empresas y organismos regionales han estado presentes en esta edición de Fruit, una de las ferias agroalimentarias más importantes

«No sólo somos la huerta de Europa, sino también la huerta del mundo», destacó el presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, en su visita a Ifema

AUTORIDAD PORTUARIA

El Puerto de Cartagena avanza en su objetivo de liderar la exportación de la producción regional y ser un aliado del sector hortofrutícola, el cual en el primer semestre de 2021 exportó más de 1,4 millones de toneladas. Para ello, la Autoridad Portuaria de Cartagena (APC) realizó en Fruit Attraction una intensa labor comercial para mostrar que el Puerto es un hub logístico seguro y eficaz para la exportación de los productos regionales y su área de influencia al resto del mundo.

La presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena, Yolanda Muñoz; el director general, Fermín Rol, y el área comercial de la Autoridad Portuaria, dieron a conocer las posibilidades que ofrece el Puerto para la exportación, a través de sus líneas marítimas directa a Reino Unido, sur de Francia, norte de África y a Canarias, como alternativa al transporte por carretera, pero también para la importación de mercancías.

«Queremos liderar la exportación de la producción de la Región de Murcia a Europa y al resto del mundo, siempre como alternativa complementaria al transporte de Cartagena, pero necesitamos la predisposición del sector, que demande a su puerto para poder ofrecerle una solución logística caso a caso», señaló Yolanda Muñoz.

Por ello, la presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena recordó que «hace pocos meses pusimos en marcha la línea de corta distancia de JSV con Canarias, donde la mayoría de los productos transportados son hortofrutícolas, vinos y bebidas. Pero, además, queremos optimizar la línea a Reino Unido para reducir tiempos e incrementar la competitividad de nuestras empresas hortofrutícolas».



La presidenta de la Autoridad Portuaria de Cartagena, Yolanda Muñoz; el director general, Fermín Rol, acompañados por el área comercial de la Autoridad Portuaria y el presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, en la Feria.

El Puerto de Cartagena, un hub logístico eficiente adaptado a las demandas del sector hortofrutícola de la Región

▶▶ La Autoridad Portuaria mostró su potencial en Fruit Attraction con una intensa agenda comercial para promocionar el Puerto para la exportación e importación de mercancías a través de sus líneas marítimas a empresas regionales y de su área de influencia

A la vez, el Puerto de Cartagena estudia ampliar nuevas líneas marítimas con Oriente Medio para «contribuir a que la Región siga creciendo como la huerta de Europa y del mundo a través de la

innovación y dando soluciones logísticas ágiles, eficientes y respetuosas con el medio ambiente», remarcó la presidenta de la APC.

En 2020, se movieron cerca de 80.000 toneladas de fruta, horta-

lizas y legumbres. Para este tráfico, el Puerto de Cartagena cuenta con una terminal hortofrutícola adaptada a las necesidades de los productos y las empresas. El muelle, ubicado en San Pedro, tiene

La presidenta de la APC señaló que «queremos contribuir a que la Región siga creciendo como la huerta de Europa y del mundo»

405 metros de longitud y más de once metros de calado. Dispone de almacenes frigoríficos con capacidad para 10.000 pallets, 385 tomas de enchufe para contenedores frigoríficos y atraque Ro-Ro, además de un Punto de Inspección Fronteriza homologado por la Unión Europea.

La Terminal Hortofrutícola del Puerto de Cartagena también desempeña una función complementaria en la cadena logística en verano, cuando no hay producción en Murcia, ya que sirve de punto de entrada para los cítricos importados por las empresas murcianas desde el hemisferio sur para, posteriormente, enviarlos a toda Europa a través de sus propias redes de distribución.

Una nueva Terminal

Un mundo de posibilidad que se incrementará con la construcción de una nueva Terminal que permita dar mayor cobertura de forma ágil, eficiente y de calidad a la producción regional. Frente al Puerto de Cartagena pasa el 80 por ciento del transporte mundial, líneas marítimas a Asia, América, África y Europa que conectan a productores con consumidores, por lo que Yolanda Muñoz demandó que «debemos contar con unas infraestructuras óptimas adaptadas a las necesidades del mercado regional. Por eso, nuestro objetivo es conseguir que la mayor parte de la producción regional salga por el Puerto de Cartagena».

Dar a conocer sus infraestructuras y servicios

■ La participación de la Autoridad Portuaria de Cartagena en esta edición de la Feria Fruit Attraction de Madrid ha supuesto una oportunidad para mostrar a los principales agentes del sector las infraestructuras y los servicios que ofrece el Puerto cartagenero para el transporte de productos hortofrutícolas.



El motor que nos mueve no se para



#QuédateEnCasa
#NosotrosTrabajamosPorTi

CAMPOS DE JUMILLA

La adaptación a las necesidades de un mercado sostenible

►► La cooperativa, formada por más de 90 agricultores, apuesta por la calidad de fruta fresca de verano desde la producción hasta la confección

La cooperativa Campos de Jumilla, formada en la actualidad por más de 90 agricultores, ha mostrado tras su participación en la 13ª edición del Fruit Attraction su continua adaptación a las necesidades del mercado, así como su evolución en la utilización de aquellos envases y materiales respetuosos con el medio ambiente.

Su apuesta por la calidad desde la producción hasta la confección de la fruta, así como la adaptación de las producciones para ofrecer al consumidor mejores variedades, son algunos de los pilares que han llevado a Campos de Jumilla, desde su creación en

el año 1986, a convertirse en uno de los más importantes representantes del sector de la fruta.

La expansión internacional que vive Campos de Jumilla en los últimos años le ha valido para ofrecer sus productos, de entre los cuales destaca la Ercolini, variedad protegida por la Denomina-

ción de Origen Pera de Jumilla, por países de todo el planeta.

«La comercialización de la fruta fresca de verano no es más que el final del ciclo del trabajo que realizan nuestros agricultores después de todo el año. Somos el último eslabón de la cadena de producción», afirman desde la cooperativa, cuyas labores comienzan con la finalización de la campaña de comercialización, realizando análisis de cómo ha ido la campaña, previsiones de cosecha de los diferentes productos y variedades, conversaciones de los diferentes clientes y proveedores y análisis de la situación del sector para intentar realizar un mejor trabajo.

Campos de Jumilla garantiza que sus productos llegan al consumidor listos para disfrutar de sus cualidades y sabor



La cooperativa representa el 78% de la DOP Pera de Jumilla. l.o.

Campos de Jumilla posee diversas certificaciones que acreditan el cumplimiento de los más estrictos estándares de calidad, no solo en el almacén, también en las plantaciones, garantizando que sus productos llegan a los consumidores listos para disfrutar de sus cualidades y sabor.

Innovación tecnológica

En los últimos años, el desarrollo de la tecnología aplicada al sec-

tor frutícola ha conseguido la democratización a la hora de automatizar diversos procesos, repercutiendo directamente en la necesaria reducción de costes y en el incremento de la calidad recibida por los clientes.

Algunos de los ejemplos más claros de esta innovación tecnológica son la automatización en la selección de los frutos, el calibrado, la paletización y, sobre todo, la conservación post-cosecha del fruto.



Stand de la DO Pera de Jumilla en Fruit Attraction 2021. IFEMA

Muchas miradas se han dirigido en la recién acabada edición de Fruit Attraction al stand de la DOP Pera de Jumilla, desde cuyo Consejo Regulador siguen trabajando para darse a conocer, tanto dentro como fuera de España, y seguir incrementando así el número de socios que forman parte de la Denominación de Origen Protegida.

Es un hecho que en Europa ha escaseado la pera esta temporada, y por ello se entiende que diferentes profesionales y empresas de todo el mundo se hayan interesado en un producto tan notable como el de la DO Pera de Jumilla, que destaca entre otras cosas por ser la primera pera que llega en verano. Además, las características de la zona en la que tienen presencia son las responsables de proporcionarles ese tama-

PERA DE JUMILLA

Un sello de calidad con nombre y apellido

►► La Denominación de Origen Pera de Jumilla ha sido objeto de interés, tanto a nivel nacional como internacional, de múltiples empresas y profesionales en la Feria Fruit Attraction

ño y dulzor tan propio, algo que las diferencia, para bien, del resto.

«Aunque la campaña se ha visto algo afectada en cuanto a la producción, en parte por las olas de calor sufridas en mayo, lo que ha provocado una ligera merma del producto, la calidad sigue siendo muy buena», afirma Paco Fernández, director técnico del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Pera de Jumilla.

Características de la pera de Jumilla

Junto al vino, la pera se ha ganado el honor en Jumilla de contar con una Denominación de Origen Protegida. Y es que esta fruta, cultivada en la Comarca del Altiplano, posee unas características que la hacen única. El elevado número de horas al que

están expuestas al sol, así como los vientos secos que reciben del Noroeste y las temperaturas medias-altas, son responsables de sus características.

El resultado, una fruta fresca con dulces aromas, muy jugosa y azucarada que enamora a todos los paladares, y que además es notablemente reconocible gracias a sus pinceladas de color rojizo en su cara más soleada.

Procede de la variedad Ercolini, la cual admite conservación en cámara por tiempo limitado de unos dos a tres meses, y cuya maduración se produce de forma muy rápida, no admitiendo la demora en su recolección, la cual se realiza en su punto óptimo para obtener sus mejores características organolépticas.

PRIMAFRIO

La innovación al servicio de la logística

► El operador desarrolla proyectos punteros como Prima Long Life, que crea atmósferas controladas en los camiones para el adecuado transporte de mercancía perecedera, y Smart Building, que gestiona de forma eficiente la energía de su ciudad logística en Alhama

La última edición de Fruit Attraction, celebrada hace un par de semanas, ha contado con la asistencia de más de un millar de empresas procedentes de 44 países. Entre ellas, Grupo Primafrio, que ha escogido este marco para mostrar su continuada apuesta por la innovación, la sostenibilidad y la calidad, de la mano de sus joint ventures Primavia (transporte internacional multimodal) y Primavera (especializada en el servicio de grupaje hortofrutícola).

Mediante una gestión sostenible y responsable, y a través de los vectores energéticos desarrollados por un departamento propio de I+D+i, RSC y conducción eficiente, el operador logístico integral Primafrio desarrolla acciones encaminadas a reducir su impac-



Primafrio desarrolla acciones encaminadas a reducir su impacto en el medio ambiente, avanzando hacia la descarbonización y las cero emisiones

to en el medio ambiente, avanzando de forma decidida hacia la descarbonización y las cero emisiones, liderando esta área.

Dos proyectos que posicionan a Grupo Primafrio como líder

En materia de innovación, Primafrio está a la cabeza en el desarrollo de proyectos punteros, como

Prima Long Life, un sistema orientado a la creación de atmósferas controladas en los camiones para el adecuado transporte de mercancía perecedera. Gracias a este proceso, es posible para la compañía gestionar, no solo diferentes temperaturas, sino también niveles de oxígeno, CO₂ y de nitrógeno etileno, entre otros ga-

ses, para aumentar la vida útil del producto en los desplazamientos y reducir su desperdicio.

Asimismo, a partir de su red de partners y de expertos que trabajan en los diferentes departamentos que componen Grupo Primafrio, la compañía de logística se ha posicionado como empresa con base tecnológica. Fruto de esta apuesta por la tecnología ha nacido su proyecto Smart Building, un sistema orientado a la monitorización y automatización de los

procesos y a la gestión eficiente de la energía de la ciudad logística que el operador tiene ubicada en Alhama de Murcia.

Más de 1,8 millones de toneladas de productos transportadas en 2020

La experiencia de más de 55 años y una orientación clara hacia al cliente son dos de los principales ingredientes que combina Grupo Primafrio para ser la compañía líder en Europa de transporte de productos hortofrutícolas por carretera. La empresa de logística y transporte cuenta con una gran capacidad operativa y una flota de 2.300 camiones, con los que transportó en 2020 más de 1,8 millones de toneladas de productos perecederos a 25 destinos europeos y, en respuesta a los retos del sector, persigue el objetivo de ser neutra en emisiones en 2030.



LEADING GREEN LOGISTICS

LIVEConnect reúne a la comunidad hortofrutícola gracias a la tecnología

►► Esta herramienta digital potencia y complementa al evento presencial de Fruit Attraction con nuevas funcionalidades, reforzándose mutuamente

En paralelo a todas las actividades presenciales desarrolladas en la 13ª edición de Fruit Attraction, la feria ha sido capaz de reunir a toda la comunidad hortofrutícola a través de la plataforma LIVEConnect, una herramienta digital que potencia y complementa con nuevas funcionalidades al evento presencial, reforzándose mutuamente. Precisamente, con unas gafas de realidad virtual se pudo recorrer los pasillos de Fruit Attraction, y se retransmitió a tiempo real el desarrollo de los momentos más interesantes de la feria a través de esta plataforma.

Gracias a ello, Fruit Attraction consigue ser mucho más que el encuentro sectorial presencial,

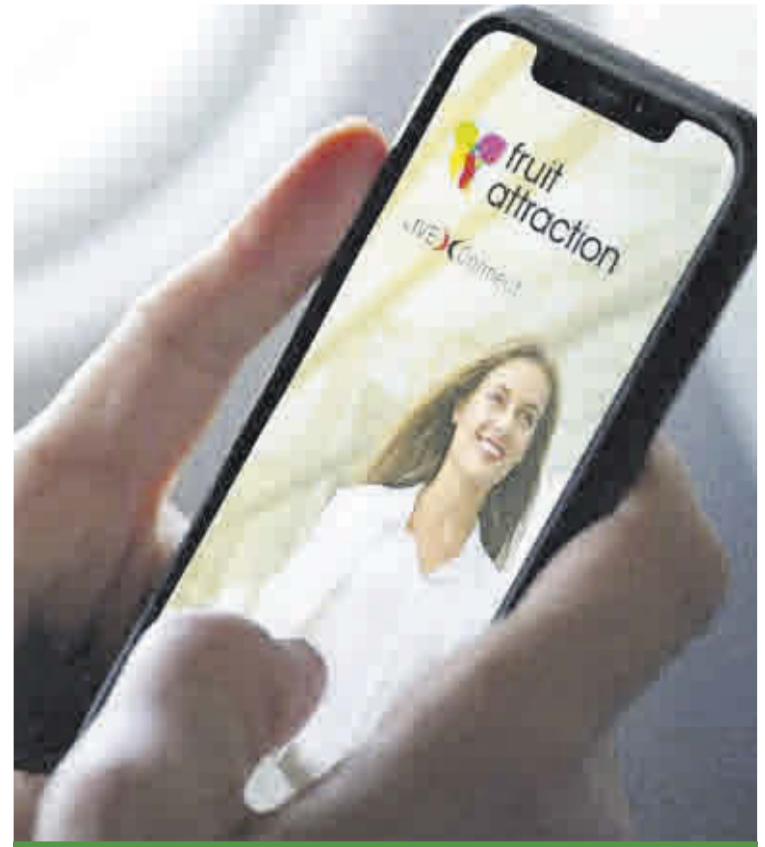
ofreciendo una nueva propuesta híbrida de valor que suma a la eficacia de lo físico las posibilidades de la tecnología.

Esta potente herramienta de comunicación, que genera visibilidad y notoriedad de marca, además de la posibilidad de realizar networking, catálogo de productos y

servicios y acceso a contenido especializado de gran calidad, brinda a todos sus miembros la oportunidad de mantenerse conectados 365 días al año.

En definitiva, un nuevo modelo de relación y contacto permanente entre clientes y proveedores de todo el mundo, capaz de conseguir mayor alcance y penetración del mercado más allá de los visitantes a los diferentes stands durante la celebración del evento.

Las posibilidades que ofrece LIVEConnect, disponible vía web y app móvil, son casi infinitas, y van desde enriquecer y alimentar la red de contactos profesionales de tu equipo comercial cualificando leads de todo el mundo, hasta contactar con miles de nuevos posibles clien-



LIVEConnect es una avanzada plataforma tecnológica accesible vía web y app móvil. L.O.

Los momentos más interesantes de Fruit Attraction han sido retransmitidos a tiempo real a través de esta plataforma digital

tes a través de un servicio de gestión de citas, e-calls, chat live, Eb2b o mensajería, además de organizar y asistir en primicia a innumerables sesiones, demostraciones, jornadas, congresos, debates sectorizados por temáticas concretas de mercados y categorías de productos.

También es capaz de generar miles de impactos y reconocimiento de marca con toda la comunidad de participantes, y presentar y conocer toda la oferta de productos, soluciones, servicios y novedades del año 2021 mediante demostraciones y fichas técnicas.



unitec-group.com

INNOVA. PROYECTA. CONSTRUYE TU FUTURO.

La unión de las Tecnologías y las Personas genera Innovación. Cada día el Equipo de UNITEC se esfuerza para que esto suceda.

Operamos en el sector industrial de la automatización mecánica, eléctrica y electrónica. Diseñamos y realizamos innovadoras líneas de proceso y clasificación para las frutas y hortalizas.

Nuestro corazón es 100% italiano, pero somos un EQUIPO internacional con 13 filiales operativas en el mundo y Clientes en más de 65 países.

Desde hace más de 20 años estamos presentes en España con nuestras sedes operativas en Murcia, Don Benito y Fraga y estamos buscando nuevos talentos para nuestro Equipo.

¿QUIERES SER UNO DE NOSOTROS?

+34 968 882 952 | hr@unitec-group.com



CAJAMAR



Comparte los principales retos en torno a sostenibilidad y digitalización

► La entidad, comprometida con los productores y las empresas murcianas, celebró en su stand mesas de debate con expertos agroalimentarios

Un año más, Cajamar estuvo acompañando al sector agroalimentario regional en Fruit Attraction, con un amplio programa de actividades y reuniones profesionales. Durante las tres jornadas que duró la feria internacional, la entidad mostró el alcance de su vinculación y compromiso a las empresas y cooperativas murcianas desplazadas hasta la capital española, con la participación de una amplia representación institucional y directiva de Cajamar, al frente de la cual estuvieron Eduardo Baamonde y Bartolomé Viudez, presidente y consejero murciano de la entidad; junto al director general, Francisco González, y el director territorial en Murcia, Diego González.

Desde su stand propio, ubicado en el Pabellón 7 de Ifema, Cajamar volvió a poner de manifiesto el alcance de su vinculación con las empresas e industrias agroalimentarias, desplegando un gran número de actividades para ayudar a proyectar la imagen, posicionamiento y retos de futuro del sector, así como encuentros de trabajo y reuniones comerciales para contribuir a promover e impulsar la actividad exportadora de sus cooperativas y empresas en este importante escaparate internacional.

En paralelo a esta actividad institucional y comercial, Cajamar celebró en su stand siete mesas de debate a lo largo de las tres jornadas de Fruit Attraction, en las que expertos agroalimentarios y directivos de algunas de las prin-

cipales empresas e industrias estuvieron desgranando los retos presentes y de futuro a los que se enfrenta el sector agroalimentario en torno a la sostenibilidad y a la digitalización.

En concreto, una treintena de expertos, entre empresarios y técnicos, analizaron temas relacionados con la gobernanza de los recursos hídricos, las fuentes de obtención no convencionales, las innovaciones para un aprovechamiento eficiente del agua, los usos de la energía fotovoltaica, la salud del suelo y la digitalización del sector agroalimentario o la sostenibilidad de los envases. Todo ello con el objetivo de aportar conocimiento y contribuir a transferirlo y hacerlo llegar a todos los agentes de la cadena alimentaria.

Apoexpa otorga a Cajamar uno de sus premios



■ La asociación de productores y exportadores de fruta y uva de mesa, Apoexpa, distinguió este año al presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, con uno de los premios otorgados para reconocer a las personas y entidades que apoyan el crecimiento y la internacionalización del sector de la uva de mesa murciana.

Convenio con FEPEX

Gracias a este acuerdo, las más de 1.800 empresas de la federación de productores hortofrutícolas disponen de soluciones financieras diseñadas por Cajamar para promover su actividad internacional



■ Dada su condición de entidad financiera referente del sector agroalimentario español, los directivos de Cajamar han aprovechado también su presencia en Fruit Attraction para renovar varios convenios y acuerdos con diferentes asociaciones de productores y exportadores de frutas y hortalizas. Entre los cuales destaca el suscrito con FEPEX para continuar impulsando la internacionalización de frutas y hortalizas españolas.

En virtud de este acuerdo, las más de 1.800 empresas integradas en la federación española de productores hortofrutícolas tienen acceso y disponen de soluciones financieras específicas diseñadas por Cajamar para el negocio de importación y exportación, así como para promover su actividad internacional; entre ellas, préstamos para inversión en nuevos activos o modernización de los existentes, crédito para comercializadoras, gestión y anticipos de ayudas y subvenciones, líneas de financiación y préstamos especiales para iniciar la campaña y disponer de liquidez durante la misma, teniendo en cuenta los diferentes periodos de producción y de recogida de las cosechas.

En el transcurso de la reunión, Eduardo Baamonde puso en valor la renovación de este acuerdo en apoyo de la internacionalización y exportación de las empresas agroalimentarias españolas. «En Cajamar dedicamos una especial atención,

no solo a sus necesidades de financiación, sino también a la transferencia de conocimiento y a la búsqueda de soluciones tecnológicas y de innovación que ayuden a nuestras empresas y cooperativas a adoptar las mejores decisiones sobre sus inversiones futuras»; y, en este sentido, recordó las oportunidades que están surgiendo a través de los fondos comunitarios y, en concreto, de los fondos Next Generation destinados al desarrollo sostenible de sus actividades.

Por su parte, el presidente de FEPEX, Jorge Brotons, apuntó que una de las prioridades del sector pasa por incrementar la cifra de empresas exportadoras, por lo que aplaude el apoyo de la Administración para mejorar la difusión de la oferta y ampliar la presencia en nuevos mercados, destacando en este campo la labor de Cajamar como «instrumento fundamental» para alcanzar este objetivo, así como para financiar las futuras inversiones en el marco de los fondos europeos Next Generation.

Además de FEPEX, los responsables de Cajamar aprovecharon los días de esta feria internacional para renovar convenios de colaboración con otras asociaciones de empresas productoras y exportadoras de frutas y hortalizas, frutos secos, flores y plantas de diferentes comunidades autónomas, como Asociafruit y Afrucat, al objeto de actualizar soluciones financieras y de inversión a todos sus asociados.

GREGAL S. COOP.



Socios y equipo comercial de Gregal.

Felipe López. Gerente.

«Nuestra mayor satisfacción ha sido reencontrarnos con nuestros clientes después de tantos meses»

► La Cooperativa expone en Madrid sus nuevas gamas de producto y los retos a los que se enfrenta el sector

¿Cómo valora la participación de Gregal S. Coop en Fruit Attraction 2021?

Desde Gregal S. Coop. nos mostramos muy satisfechos con nuestra reciente participación en Fruit Attraction 2021. Una vez más, y casi contra todo pronóstico por la situación de pandemia que desafortunadamente todavía atravesamos, nuestra sensación es la de haber superado todas las expectativas iniciales y creemos que la edición de 2021 puede ser considerada un punto de inflexión de cara a futuros eventos del sector, tanto a nivel nacional como internacional.

¿Qué han presentado en Ifema?

Hemos aprovechado para participar activamente en la rueda de prensa para la presentación internacional del melón cantaloupe SUNUP®, una marca grupal en cuya promoción tomamos parte desde su mismo lanzamiento y dentro de un proyecto mayor de recuperación de los melones de sabor; siempre con el objetivo de ofrecer a

nuestros clientes y sus consumidores productos tradicionales de la mayor calidad y con nuestro aporte continuado de innovación. También hemos tenido la oportunidad de presentar nuestras nuevas gamas de producto y el relanzamiento a nivel comercial de aquellas que hasta el momento se encontraban todavía en fase experimental o de introducción en el mercado, como puede ser el caso del kohlrabi y el pak choi, respectivamente.

Gregal S. Coop ha participado en Fruit Attraction desde su primera edición. Aparte de para dar a conocer sus productos, ¿qué otras motivaciones les han llevado a estar presentes en esta feria?

Para Gregal S. Coop., las principales motivaciones para concurrir a esta edición tan especial han sido varias. Por un lado, hemos querido estar presentes en la primera cita presencial Fruit Attraction tras la pandemia ya que es una feria a la que le tenemos un especial cariño y que la hemos vis-

to crecer al haber estado presentes con stand desde el primer año, como menciona. Por otro lado, como no podía ser de otra manera después de la cancelación de la edición presencial de 2020, nuestra mayor satisfacción ha sido reencontrarnos con nuestros clientes después de tantos meses de contacto telefónico, por escrito o mediante videoconferencias, pero sin la posibilidad de interactuar físicamente y reunirnos cara a cara como antes de la pandemia. En resumen, una nueva experiencia en Fruit Attraction repleta de satisfacciones que, sin embargo, no nos impiden ser conscientes de los retos a los que se enfrenta nuestro sector.

¿Cuáles son esos desafíos a los que se enfrenta el sector hortofrutícola?

La permanente incertidumbre regulatoria que rodea al Brexit y el futuro de las exportaciones comunitarias a Reino Unido a partir de la entrada en vigor de la nueva normativa a partir de 2022 son algunos de los

desafíos más inmediatos a los que nos enfrentamos en el sector hortofrutícola, y que hemos podido calibrar en esta reciente edición de Fruit Attraction; un ámbito en el que, sin embargo, Gregal S. Coop. está muy bien posicionada a través de nuestra filial Gregal UK, con la que trabajamos día a día codo con codo para vencer todos los obstáculos que de otro modo nos impedirían llegar hasta nuestros clientes en este importante mercado.


Y en cuanto a las oportunidades, ¿qué destacan?


Precisamente en Fruit Attraction también hemos tenido la oportunidad de transmitir a nuestros clientes y partners el escenario de incremento de costes que se está produciendo de forma generalizada, tanto a nivel productivo como logístico y de materiales, lo que inevitablemente redundará en un alza de precios que habrá de repercutir al consumidor final para poder asegurar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas.



El Centro de **Distribución Logística Alimentaria** referente del sureste de **España**

mercamurcia.es

 /mercamurcia

 /mercamurcia

 @mercamurciainfo

 @mercamurcia

 Complejo **Cárnico**

 Mercado de **Frutas y Hortalizas**

 Mercado de **Pescado**

 Mercado de **Flores y Plantas**

 Zona de **Actividades Complementarias**

 Y mucho más para el **Sector Profesional**



ANECOOP

Balance muy positivo del primer encuentro internacional del sector tras la pandemia

La edición de 2021 de Fruit Attraction ha cubierto expectativas y ha sorprendido con creces a los asistentes, que acudían con ciertas dudas a confirmar si el certamen volvería a ser 'como antes'. La respuesta ha sido unánime por parte de todos los agentes del sector: productores, comercializadores, distribución y colaboradores se volvían a encontrar con la confianza puesta en un nuevo ejercicio.

Para Anecoop, la inercia positiva ha contribuido a impulsar con fuerza el inicio de la campaña. Según afirman sus responsables, los encuentros con clientes, socios, proveedores y medios de comunicación se desarrollaron con fluidez en un clima de seguridad y confianza. Buenas noticias para la cooperativa de segundo grado que, aunque no ha dudado en ningún momento en participar y sumar, compartía la incertidumbre propia de un año atípico.

Una vez más, el certamen internacional se ha convertido en el escaparate perfecto para presentar toda la gama de frutas y hortalizas españolas que comercializa Anecoop. Con la campaña responsable 'Raciones de vida para el campo' como eje de comunicación, contó con dos stands, uno de ellos para productos Bio, situados en el

▶▶ Anecoop contó con dos stands, uno de ellos para productos Bio. Además, como novedad presentó el 'brocomole', una salsa estilo guacamole hecha con brócoli



espacio agrupado '5 al día', asociación a la que pertenece y con la que mantiene un estrecho vínculo

de colaboración. A su oferta de cítricos, frutas y hortalizas en fresco sumó algunas novedades dentro

de la categoría de IV y V gama '¿Ysi? de Bouquet', con novedades como el 'brocomole', una salsa es-

tilo guacamole elaborada con brócoli en lugar de aguacate. Líneas como la uva de mesa sin semillas o los exóticos continúan con su consolidación, siempre buscando alternativas para sus socios productores.

En paralelo a la actividad comercial, la entidad presentó a los medios la campaña promocional del kaki Persimon Bouquet que este año se sustenta en el mensaje de la «superación», un término muy apropiado en las circunstancias actuales que envuelven a la sociedad y al propio sector del kaki. La campaña se desarrollará en distintos países, si bien contará con un mayor despliegue de acciones dirigidas al mercado nacional, con televisión en prime time, radio, redes sociales y prensa generalista y especializada, entre otras.

La entidad también aprovechó el encuentro sectorial para anunciar su adhesión como socio al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, volviendo a dejar patente su compromiso con el entorno y las personas que viven de él.

Anecoop complementó su participación con un espacio virtual en la plataforma Fruit Attraction LiveConnect para atender a proveedores y clientes que pudieron desplazarse hasta el recinto ferial de IFEMA.

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

Comprando **BOUQUET** das más

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.

- Afilanzas la POBLACION al MEDIO RURAL
- Limitas el ABANDONO de CAMPOS
- Facilitas el RELEVO GENERACIONAL

Otras iniciativas en bouquet.es

RACIONES DE COOPERACIÓN · LIBERTAD · RECONOCIMIENTO · VALENTIA · FUTURO

ABIOPEP

Biotecnología al servicio de la horticultura

►► La empresa ha presentado en Fruit Attraction AbioProtect, una vacuna natural y específica frente al virus del mosaico del pepino dulce que afecta a los cultivos de tomate de la Región

Abiopep, empresa de base tecnológica que investiga y desarrolla soluciones para la mejora de la calidad y la productividad en hortalizas, ha llevado hasta la Feria Fruit Attraction 2021 su última innovación: AbioProtect, una vacuna contra el virus del mosaico del pepino dulce (PepMV) que afecta al tomate.

«PepMV es un virus que está presente en las principales zonas de cultivo de tomate de nuestra Región, causando pérdidas económicas importantes a los agricultores», explica Yolanda Hernando Saiz, directora gerente de Abiopep, empresa murciana que ha desarrollado la vacuna Abio-

Protect con el fin dar respuesta desde la investigación a los problemas de la agricultura.

«AbioProtect es un tratamiento preventivo que proporciona protección eficaz, natural y específica frente al virus», asegura Hernando Saiz. El producto ha sido registrado a nivel europeo como Producto Fitosanitario de Bajo Riesgo (ES-01203), lo que ha convertido a Abiopep en pioneros en España en registrar un producto de estas características bajo normativa Europea.

Garantía de eficacia

La vacuna AbioProtect es un producto totalmente natural, compuesto por aislados



Yolanda Hernando Saiz, directora gerente de Abiopep, en la Feria Fruit Attraction 2021. L.O.

atenuados nativos de la Región de Murcia. «Tiene calidad contrastada, garantía de pureza y control de dosis. Se aplica por profesionales cualificados de Abiopep, quienes además realizan el seguimiento del tratamiento y verifican su eficacia», detalla la directora gerente de la empresa.

Abiopep cuenta también con un servicio avanzado de detección y diagnóstico de virus mediante técnicas de PCR de alta sensibilidad, lo que permite la detección temprana de virosis, clave para frenar el avance de la enfermedad y minimizar las pérdidas del cultivo.

Fruit Tech, el nuevo espacio dedicado a la innovación y digitalización de la feria

►► Esta novedosa área centrada íntegramente en la innovación y la tecnología aplicada en apoyo a la digitalización del sector hortofrutícola ha contado con un plató virtual y espacios de realidad aumentada

Fruit Attraction, con la colaboración de la empresa Casual Robots Pro, especializada en RAAS (robótica al servicio), ha contado en esta edición con varios robots en representación de Pomona, la asistente digital de Fruit Attraction. Casual Robots participaba como partner de Ifema Madrid con su sistema MindCobots, un software capaz de unificar servicios al cliente en la feria, coordinando diferentes herramientas (terminales, accesos, publicidad, información, registro, domótica, señalética...), usando I.A. y robótica colaborativa tipo enjambre.

Además, la feria puso al servicio de los profesionales un espacio de Realidad Aumentada en el que descubrir cómo será el supermercado del futuro a través de unas gafas de realidad virtual con las que se hizo la simulación de

una selección de productos de los que conocer información adicional: origen, características nutricionales, tips de recetas...

Por otro lado, el plató virtual de Fruit Tech acogió interesantes entrevistas con profesionales del sector que fueron emitidas en LIVEConnect. Entre algunos de los participantes destacaron Jorge Brotons, presidente de FEPEX; Luis Miguel Fernández, gerente de la Asociación de Orga-

nizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería, Coexphal; Aurelio del Pino, presidente de la Asociación Española de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES); Joaquín Gómez, presidente y gerente de la Asociación de Productores Exportadores de Frutas, uva de mesa y otros productos agrarios, APOEXPA; Miguel Ángel Gómez, gerente de la Asociación de Fruticultores de Extremadura, AFRUEX; Fernando Gómez, director de la Asociación de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport); Rafael Domínguez, gerente de la Asociación Onubense de Productores Exportadores de Fresas, Freshuelva; Aurora Domínguez y Sheila Argáiz, presidenta y gerente de la Asociación Riojana de Empresarios Mayorista de Frutas, Verduras y Frutos Secos de Logroño y

VallOndo, ClassPack y Manter Ibérica han sido las empresas ganadoras de los Premios Innovation Hub de esta edición



Rioja, y Raúl Calleja, director de Fruit Attraction.

Innovación en el sector agro

Con el objetivo de potenciar la innovación, la investigación, la tecnología y la digitalización como claves fundamentales de crecimiento de futuro, el pabellón 5 congregó las tres áreas de soluciones y servicios relacionadas con la innovación del sector agro: Bio-tech Attraction; Smart Agro y Smart Water&Energy.

Por último, completaron la oferta las presentaciones del Foro Innova, una iniciativa impulsada por Fruit Attraction para dar la mayor visibilidad y reconocimiento al esfuerzo e inversión en I+D+i de las empresas participantes.

Premios Innovation Hub

Además de Foro Innova, otra de las áreas dedicadas a la innovación y novedades empresariales en el sector fue The Innovation Hub. En este ámbito, la feria acogió los Premios Innovation Hub Awards, que se han convertido en un acontecimiento fundamental para el apoyo a la apuesta emprendedora empresarial del sector.

En esta ocasión, participaron como finalistas un total de 16 productos y servicios. El jurado decidió otorgar el premio Fresh Produce a la empresa VallOndo, el premio F&V Industry recayó en ClassPack, y en la categoría F&V Industry, la vencedora fue Manter Ibérica, las cuales han recibido 2.000 euros cada una.

SEMBRALIA

Primera tienda online para el agricultor

▶▶ A través del móvil o el ordenador se pueden comprar suministros ganaderos, productos para producción vegetal y materias primas

El comercio online ha llegado a todos los ámbitos. Y la agricultura y la ganadería no se podían quedar atrás. Para eso tenemos a SembraliaTienda.es, la primera tienda online que te ofrece todo lo que necesitas en tu explotación para el día a día. A través de tu móvil o tu ordenador puedes conseguir equipamiento agrícola, suministros ganaderos, productos para producción vegetal y las mejores materias primas para nutrición animal.

En SembraliaTienda.es el envío es gratuito, para que no te preocupes del transporte. Y te lo entregan donde tú lo solicites, lo llevan hasta tu finca gratis. Además, en la campaña de lanza-

miento de SembraliaTienda.es ofrecen un 10% de descuento en la primera compra, para que te animes a conocer el nuevo comercio online para agricultores y ganaderos.

Y como no tienen puntos de venta físicos, ahorran en costes, lo

que te permite tener una amplia oferta y al mejor precio de abonos, fertilizantes, bioestimulantes, cicatrizantes, coadyuvantes, materias primas para nutrición animal, herramientas de corte, compost a granel, equipamiento para invernaderos...

Consultorio gratuito

Además, Sembralia ofrece un servicio completamente gratuito de asesoramiento, que está coordinado por un equipo de ingenieros agrónomos y técnicos de campo, que te aconsejarán sobre lo que más se adecúa a tus necesidades.

Porque SembraliaTienda.es es un comercio online, pero no quieren perder nunca el trato humano con el agricultor. A través de su WhatsApp (disponible el enlace en la web) puedes preguntar lo que quieras, y te orientarán sobre agricultura y ganadería. Tienen un gran equipo de expertos a tu disposición, dispuesto a conocer todas tus inquietudes en SembraliaTienda.es.

Si quieres conocer el catálogo completo de los productos disponibles en SembraliaTienda.es o bien hacer alguna pregunta sobre agricultura o ganadería, entra en su web y descubre los mejores productos, al mejor precio, y siempre con el asesoramiento profesional de Sembralia.

¿Por qué comprar en SembraliaTienda.es?

La llamada transformación digital del entorno rural no es solo adaptar nuevas tecnologías y usar maquinaria avanzada. Muchas personas recurrían a la compra online (por Internet) para sus suministros habituales, como la ropa o los regalos, pero no pensaban en

comprar por el ordenador lo que necesitaban en sus fincas. Y es que son muchos los proveedores de productos agrícolas y ganaderos que aún no vendían por Internet.

Para todos ellos surgió SembraliaTienda.es: un único sitio donde comprar y vender todo lo que se puede necesitar si eres ganadero o agricultor, y que te lo manden gratis a la puerta de tu casa o de tu finca.

Ya sea para ganadería extensiva, invernaderos, huertas domésticas, mascotas, animales de granja, cultivos de regadío o de secano, en Sembralia cuentan con un amplio catálogo de productos para que puedas encontrar lo que necesitas. Y no solo eso, al tener amplia gama te permite comparar los precios y encontrar algunos productos nuevos o alternativas interesantes para solucionar tus problemas.

LA TIENDA ONLINE DE LOS AGRICULTORES



Abonos y
Fertilizantes



Bioestimulantes



Riego
agrícola



Compost
Granel


Sembralia
sembraliatienda.es



MUNDO ECOLÓGICO

A la vanguardia de la producción respetando el medio ambiente

► La empresa de Fortuna lleva a Madrid un importante proyecto de I+D para desarrollar cultivos de microalgas aptos para agricultura ecológica

Conocer el origen de los alimentos que consume es, cada vez, más importante para la ciudadanía. En este sentido, empresas como Mundo Ecológico juegan un papel clave. Esta entidad de Fortuna pone en el mercado fertilizantes líquidos, bioestimulantes y productos especiales con el foco puesto en la producción ecológica, ofreciendo todos los servicios necesarios para una agricultura moderna.

Y es que sus más de diez técnicos especialistas asesoran a los agricultores para realizar los planning de abonado y de manejo de la finca. Además, Mundo Ecológico cuenta con un laboratorio agroalimentario propio (Mundeco Laboratorios) donde lleva a cabo todo tipo de servicios de análisis (suelos, foliares, multiresiduos, microbiológicos, agua de riego...). Por otro lado, su servicio de consultoría presta apoyo a los agricultores para obtener las certificaciones de calidad que requieran (certificación ecológica, Global Gap, etc.).

Mundo Ecológico, presente en todo el mercado español aunque con especial hincapié en la zona de Huelva, donde cuenta con otra sede con central logística, es una

empresa a la vanguardia de la agricultura. Prueba de ello ha sido que, en su primera vez con un stand propio en la Feria Fruit Attraction, la entidad murciana ha presentado los datos de un proyecto de I+D que ha desarrollado en el marco de un proyecto IDI financiado por el CDTI.

Se trata del estudio 'Desarrollo de productos bioestimulantes a partir de cultivos de microalgas aptos para agricultura ecológica', el cual consiste, dentro de una estrategia de Economía Circular y reutilización de recursos, en la recuperación de las aguas residuales producidas en la empresa, derivadas del proceso de fabricación de fertilizantes, para su utilización como sus-

trato sobre el que obtener cultivos concentrado de microalgas. De dicho proceso se obtienen extractos concentrados e hidrolizados que sirven de base para la reformulación de bioestimulantes que pueden ser usados en cultivos para mejorar el rendimiento y la calidad de las cosechas, todo dentro del marco de producción ecológica.

Un rendimiento comparable a la producción convencional, pero sumándole los beneficios para el medio ambiente

La Unión Europea, dentro de la estrategia 'Farm to fork' ('De la granja al tenedor'), incluye entre sus objetivos reducir la cantidad de pesticidas que se usan en los cultivos, poniendo el foco en la seguridad alimentaria y en el impacto medioambiental. Para la consecución

de este fin, la agricultura ecológica juega un papel clave. En este sentido, se hace más esencial que nunca la existencia de empresas como Mundo Ecológico, que apuestan por una producción ecológica. Este sector ha invertido un gran esfuerzo en los últimos años en I+D, sacando al mercado novedosos tipos de fertilizantes y bioestimulantes ecológicos que «han permitido que hoy día sea posible manejar los cultivos con un rendimiento comparable a la producción convencional, pero sumándole los beneficios de producir ecológicamente», señalan desde la empresa murciana.

Mundo Ecológico insiste en que actualmente es viable la obtención de frutas y verduras de máxima calidad y bajo los estándares más exigentes de seguridad alimentaria, a la vez que se minimiza el contenido en residuos de plaguicidas y se reduce el impacto ambiental.

Pero se hace necesaria la implicación de las Administraciones públicas, que deben «promocionar la producción ecológica e incentivar la conversión a este tipo de producción a los agricultores, para que nuestro sector pueda mantenerse a la vanguardia en Europa», concluyen.



Sus especialistas ofrecen asesoramiento y todos los servicios necesarios para una agricultura moderna

El futuro del sector agrícola pasa por los productos ecológicos y cercanos

► El espacio Fruit Forum acogió el debate sobre el reto de la sostenibilidad

La sostenibilidad es el futuro y una oportunidad única para los agricultores. Reunidos en el pabellón 6 de IFEMA MADRID, miembros de todo el proceso de producción agrícola debatieron sobre cómo ser sostenibles con el medio ambiente sin renunciar a la sostenibilidad económica.

En un sector reforzado tras la pandemia, uno de los principales retos a los que se enfrenta ahora el sector hortofrutícola es lograr ser sostenibles con el planeta. No hay marcha atrás, pero el cambio puede suponer una ventaja para quienes se sepan adaptar.

Los productos de calidad y con una elaboración respetuosa cada vez son más demandados. El cliente debe estar dispuesto a pagar por ellos y, para ello, es fundamental saber transmitir la historia que hay detrás de ese producto; ese origen puede ser, en muchas ocasiones, el principal valor



El cliente demanda cada vez más productos sostenibles. IFEMA

del producto. Algo por lo que el consumidor cada vez está más dispuesto a pagar.

La digitalización e innovación, a este respecto, pueden resultar de gran utilidad. Herramientas como la inclusión de códigos QR que permiten directamente acceder a un vídeo de la producción pueden jugar un papel fundamental para el consumidor a la hora de elegir uno u otro producto.

Técnicas para calcular cuánta demanda existe y dónde se localiza también podría ayudar a llevar a cabo una producción más sostenible que evite desperdicios y un transporte más preciso. De la misma manera que cada vez funciona más la agricultura de precisión y técnicas del regadío de precisión.

Porque la innovación ayuda a la sostenibilidad. Son las conclu-

siones del debate 'El reto de la sostenibilidad en el sector hortofrutícola: cómo integrar el retorno económico, social y medioambiental, organizado, en el que participaron los siguientes expertos: Víctor Yuste, director general del Foro Interalimentario; Francisca Iglesias, secretaria ejecutiva de UPA; Pedro García, jefe del Área de la Gestión del Territorio; Mónica Álvaro, agricultora ecológica de Km0; y María José San Román, chef del Restaurante Monastrell. Una ponencia que organizó la Cátedra Extraordinaria de Transformación Social Competitiva de la Universidad Complutense de Madrid.

Otras sesiones sobre esta temática y el Ecorganic Market

También la sostenibilidad tuvo su protagonismo con sesiones como 'Innovando hacia una mayor sostenibilidad en el envasado de frutas, verduras y hortalizas', organizada por PACKNET; y 'Cómo podría ser un sector de productos sostenibles - Desafíos y soluciones para 2030', organizada por Shaffe-Southern Hemisphere Assoc. Fresh Fruit.

Por último, esta edición también se ha potenciado el Ecorganic Market, área especializada para la comercialización y exportación de productos orgánicos.

Herramientas como códigos QR para acceder a un vídeo sobre el origen del producto pueden jugar un papel fundamental

BIA3

Se posiciona como referente de la comunicación agroalimentaria

► La consultora murciana dirigida por la doctora ingeniera agrónoma Adela Martínez-Cachá y el periodista Rubén Juan Serna ha elegido la Feria Fruit Attraction como escaparate para su presentación al mercado nacional

El profundo conocimiento de lo agroalimentario hacen de BIA3 una opción idónea para las empresas que conforman el sector hortofrutícola. Nociones técnicas que les permiten aplicar las estrategias de comunicación apropiadas, para lograr los objetivos marcados y enfrentarse a los nuevos retos de futuro que plantea el agro.

Fruit Attraction convirtió de nuevo a Madrid en el epicentro del sector hortofrutícola durante su 13ª edición. Las jornadas, en su primera celebración postpandemia, han conseguido alcanzar los parámetros de 2018 y el 82% de los obtenidos en su última edición presencial de 2019 con más de 1000 empresas expositoras de 44 países diferentes. Un espacio en el que BIA3 ha participado, no solo como expositor con stand propio, sino también de forma activa en la programación de las actividades complementarias de la Feria.

Foro 'Oportunidades Agro 4.0: Next Generation EU para un sector inteligente' BIA3, junto a la consultora Gran Thornton, organizaron el foro 'Oportunidades Agro 4.0: Next Generation EU para un sector inteligente'. Una mesa redonda donde los diferentes expertos del sector debatieron sobre cuestiones relacionadas con las oportunidades de financiación pública que van a suponer los fondos europeos Next Generation, para conseguir los objetivos previstos de digitalización y sostenibilidad en el sector.

Una apuesta europea que supondrá un antes y un después para las empresas del agro durante los próximos años, así como posibilitará su evolución en una línea más sostenible, eficiente y respetuosa con el entorno. Un desarrollo en el que también



El equipo de BIA3, en Fruit Attraction.

Un stand con perspectivas de crecimiento

■ Fruit Attraction es, sin duda, el punto de encuentro de las empresas más potentes del sector agroalimentario, tanto a nivel nacional como internacional, y BIA3 no podía faltar a la cita. Con tan solo nueve meses de vida y una importante previsión de crecimiento, la consultora murciana optó por asistir a la Feria como expositor, con el fin de presentar sus servicios y novedades de manera directa, así como de prestar un servicio de calidad in situ a todos sus clientes. Empresas referencia del sector como Cricket, Hortiberia, The Natural Fruit, Blancasol, la Comunidad de Regantes de Lorca y Agrogesa confiaron en la estrategia y el saber hacer de la consultora murciana, para poner en marcha sus campañas durante la feria.

El stand de BIA3 también recibió la visita de Antonio Luengo Zapata, consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la Región de Murcia, que pudo conocer de primera mano las previsiones de expansión y los casos de éxito de la consultora durante los últimos meses.

cobra especial relevancia el sector logístico, sobre todo aquellas empresas de transporte asociadas directamente con el sector agroalimentario.

El evento, patrocinado por Cajamar, contó con la presencia de los siguientes ponentes: Carmen Crespo Díaz, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo

Sostenible de la Junta de Andalucía; Antonio Luengo Zapata, consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la Región de Murcia; Fernando Miranda Sotillos, secretario general del Ministerio de Agricultura y Alimentación; José María Pozancos, director general de Fepex; Eduardo Baamonde, presidente de Cajamar; Carlos González Luis, socio de Consultoría de Grant Thornton; Manuel Pérez Carro, secretario general de FROET; Luis Sanz, CEO & cofundador de Wana-Truck (empresa de Digitalización de Transporte de Mercancías); Maite Gilarranz, cofundadora y desarrollo de negocio en PiperLab S.L; Ignacio Delgado Guisado, director I+D de Dq-Agro; Rosa Gallardo Cobos, directora de la Escuela Agrónomos y de Montes de la Universidad de Córdoba, y Gonzalo Martín Díaz, director de Desarrollo de Negocio, Estrategia e I+D+i en Hispatec.

Una mesa redonda que contó con gran aceptación dentro de las actividades de Fruit Attraction, y que posicionó a BIA3 como la consultora referente del sector agroalimentario nacional.

Nueva apertura de BIA3 en Andalucía

La celebración de la feria también fue el escenario perfecto para anunciar la apertura de una nueva sede en Andalucía. Sevilla ha sido la ciudad elegida para abrir la primera oficina de BIA3 en la comunidad vecina, bajo la dirección de María Rámila, especialista en marketing con experiencia dentro del sector farmacéutico.

Una expansión necesaria, ya que, en palabras de sus directores Adela Martínez-Cachá y Rubén Juan Serna, «nuestro territorio de expansión natural es Andalucía, por su potencial y por la cercanía geográfica».

BIA³
CONSULTORES

CREATIVIDAD ESTRATEGIA COMUNICACIÓN

AGRÍCOLA SANTA EULALIA

Cultivando valores, sembrando futuro

►► La compañía totanera, que destaca por la producción de brócoli en la Región, ofrece una amplia gama de productos frescos, tradicionales, saludables y respetuosos con el medio ambiente

Francisco y Juan Mula, principales responsables del nacimiento en el año 1994 de Agrícola Santa Eulalia, pueden observar con orgullo el crecimiento de una compañía destacada en el sector hortofrutícola, y una de las principales productoras de brócoli en la Región de Murcia.

Su principal objetivo, tal y como indican desde la dirección de la compañía, es «ofrecer al consumidor una amplia gama de productos tradicionales, frescos, saludables y respetuosos con el medio ambiente durante todo el año», algo posible gracias a los proce-

sos de innovación y adaptación a las nuevas tecnologías, que le han permitido prestar el mejor de los servicios respetando los principios que sembraron sus fundadores, hace ya más de 25 años.

Esta producción de calidad continua durante todo el año es posible gracias a las peculiares características que les brinda las tierras donde se asientan. Y es que el levante español, zona ideal para el cultivo hortofrutícola, destaca por ricos suelos bañados por el Mediterráneo y la gran cantidad de microclimas.

Las frutas y verduras con las que trabajan en Agrícola Santa Eulalia crecen de forma sos-



Agrícola Santa Eulalia cultiva 35.000 toneladas de frutas y verduras al año. L.o.

tenible, sanas y fuertes a lo largo de más de 1.500 hectáreas de campos murcianos. En total, 35.000 toneladas anuales de compromiso y respeto al producto, cultivadas y manipuladas bajo los más estrictos controles de seguridad alimentaria y de calidad.

«Cada día llegamos a más hogares, ampliamos nuestra demanda y afianzamos nuestra presencia en las cadenas de supermercados

más influyentes», afirman desde Agrícola Santa Eulalia, donde han sido capaces de adaptar su procesado y confección a las necesidades de cada cliente, protegiendo sus orígenes cuidando la producción y desarrollo de cada producto, utilizando técnicas tradicionales adaptadas al cultivo intensivo y nuevas tecnologías para que cada una de sus frutas y verduras tenga el sabor de siempre.

¿Está el sector hortofrutícola español en peligro por las normativas del plástico?

►► Una mesa redonda analiza el proyecto de real decreto que prepara el Gobierno y que prohíbe el uso del plástico en frutas y hortalizas a partir de 2023



El nuevo Proyecto del Real Decreto de Envases y Residuos se materializará el próximo 28 de octubre. L.o.

Fruit Attraction también ha sido un espacio en el que analizar el futuro del sector hortofrutícola desde el prisma de la legislación, sobre todo aquella que llegará próximamente. En esta línea se celebró la mesa redonda '¿Está en riesgo el sector por las normativas del plástico?', organizada por la Revista Mercados, y en la que participaron Aurelio del Pino, presidente de ACES, y Silvia Oliver, responsable de sostenibilidad de ITC Packaging, entre otros.

En dicha mesa redonda se debatió principalmente sobre estas nuevas regulaciones del plástico, las consecuencias que esta nueva ley puede ocasionar a las empresas hortofrutícolas y las nuevas incertidumbres que surgen desde los diferentes ámbitos del sector.

El nuevo Proyecto del Real Decreto de Envases y Residuos de envases promulgado por el Gobierno se verá materializado en apenas una semana, el próximo 28 de octubre, y esto tendrá una repercusión directa e indirecta en el sector.

El problema medioambiental que el plástico genera está a la orden del día en todos los medios de comunicación; existe esta realidad y desde el sector se mani-

fiestan algunas luces y muchas sombras respecto a cómo combatirlo mediante este nuevo Real Decreto.

El presidente de la Asociación Española de Cadenas de Supermercados, ACES, dejó clara su preocupación respecto a la aplicación del mismo: «Deberemos vender como nos dejen vender, como podamos vender y lo que podamos vender. Han faltado debates abiertos que le expliquen a los clientes qué va a pasar con la normativa de plásticos de un solo uso. Falta información en el cliente respecto del día a día de los procesos de los supermercados y los cambios que van adoptando en el uso de plástico», afirmó Aurelio del Pino.

Siguiendo con las nuevas normativas en relación a los envases de un solo uso, Carmen Sánchez recalcó la importancia del decreto ley en este ámbito: «Hay que tener en cuenta que la legislación que viene se aplicará a diferentes recipientes o envases de plásticos. Por ejemplo, los envases de un solo uso de alimentos de consumo inmediato, a los que se aplicaría intentando reducir su consumo, no prohibiendo su venta, intentando mejorar la evolución en el tipo de materiales y sensibilizar a la población para que reduzca su uso».

Aprovechando las sinergias y potencialidades internacionales de Fruit Attraction, se ha vuelto a realizar una nueva edición de Fresh Food Logistics, Feria Internacional de la Logística, Movilidad, IT y Gestión de la cadena de frío para los alimentos frescos.

Una convocatoria única en la Unión Europea, profesional e hiperespecializada, que reúne bajo un mismo techo a todos los actores de la cadena alimentaria de frío dirigido; desde el almacenamiento en origen, logística y transporte hasta soluciones de frío para retail, última milla y e-commerce.

España es uno de los principales países exportadores de productos frescos del mundo. Así, Fresh Food Logistics nació con el objetivo de impulsar el posicionamiento de liderazgo y capacidad exportadora del mercado español, para convertirlo en el nuevo hub de la logística de frescos a nivel mundial.

Para ello, esta Feria funciona como una plataforma con todas las funcionalidades para generar y promover nuevas oportunidades de compra-venta entre profesionales de todo el mundo, permitiendo enriquecer la red de contactos de los equipos comerciales de las empresas participantes; co-

Fresh Food Logistics, el punto de encuentro comercial internacional para toda la cadena de frío alimentaria

▶▶ Coincidiendo con Fruit Attraction, se ha celebrado la Feria internacional de Logística, Movilidad, IT y Gestión de la cadena de frío para alimentos frescos



Esta Feria reúne bajo un mismo techo a todos los actores de la cadena alimentaria de frío dirigido. IFEMA

nocer toda la oferta de proveedores, productos y novedades del sector; establecer videollamadas y eB2B desde la misma plataforma, sistema de chat-live, recibir recomendaciones de contactos gracias al sistema de inteligencia artificial, y organizar sesiones y demostraciones por parte de las empresas expositoras.

Fresh Food Logistics Summit

La II edición de Fresh Food Logistics ha estado acompañada de un relevante número de jornadas técnicas monográficas, congresos y seminarios donde se han tratado temáticas de actualidad y de interés para el sector.

Entre ellas ha destacado el gran congreso sectorial Fresh Food Logistics Summit, especializado en logística y transporte coorganizado con Alimarket; un punto de encuentro para aprender, debatir, encontrar puntos de colaboración y compartir sinergias con los principales directivos del sector.

Fresh Food Logistics Summit ha sido una oportunidad para descubrir, mediante casos prácticos, qué están haciendo las empresas del sector para avanzar y mejorar su supply chain para afrontar los retos que plantea la logística del frío, compartiendo una visión transversal y 360° del mercado del frío.

Agrogesa

Mucho más que seguros
para mucho más que
agricultores

// Me llamo Aurora,
practico yoga,
y soy agricultora //

gesamediacion.es

Las oportunidades y retos a los que se enfrenta el sector agroalimentario

► Diferentes expertos debaten en una de las jornadas de Fruit Attraction sobre cómo van a influir los fondos Next Generation de recuperación europeos en el mercado tras percibir esta liquidez

En el marco de Fruit Attraction se ha celebrado la jornada Oportunidades Agro 4.0: Next Generation EU para un sector inteligente, un congreso que ha contado con tres mesas de debate: la primera, Fondos Next Generation EU; la segunda, La digitalización: una oportunidad para el sector logístico; y la tercera, Smart Agro para la agricultura 4.0.

El congreso fue inaugurado por Antonio Luengo Zapata, consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la Región de Murcia; y por Carmen Crespo Díaz, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. «En las últimas décadas estamos teniendo retos, y apostamos por la investigación, la innovación y la tecnificación. Con los fondos europeos tenemos la opción de dar un paso más. Ya aplicamos la inteligencia artificial con el objetivo de optimizar todos los procesos», apuntó Luengo Zapata.

Fondos Next Generation EU

La primera mesa de debate, estuvo compuesta por Fernando Miranda Sotillos, secretario general del Mi-



Los Fondos Next Generation EU destinan 53.000 millones de euros para el sector agro en España. L.O.

nisterio de Agricultura y Alimentación; José María Pozancos, director de FEPEX; Eduardo Baamonde, presidente de Cajamar; y Carlos González, socio de la consultoría Grant Thornton. Mientras que Fernando Miranda apuntó que los fondos destinados a España son

suficientes y deben ir dirigidos a proyectos transformadores e innovadores, José María Pozancos se resigna a pensar que los fondos asignados sean los definitivos, atendiendo al periodo crítico al que se enfrenta el sector y la fuerte competencia internacional.

Digitalización

La segunda mesa de debate se centró en la importancia que tiene hoy en día la digitalización en el sector de los transportes. «Creemos que la digitalización de las operaciones en el transporte de mercancías es fundamental. Los fondos son clave

«La digitalización se traduce en eficiencia para las empresas de transporte y en un abaratamiento de los costes»

tanto para el transporte como para las pymes. Va a ser un catalizador y va a acelerar un proceso ya existente: digitalizarse o morir», explicó Luis Sanz, CEO de Wana Truck. Por su parte, Manuel Pérez, secretario general de la Federación Regional de Organizaciones y Empresas de Transporte de Murcia (FROET), afirmó que «la digitalización es eficiencia para las empresas de transporte y abaratamiento de los costes, entre otras muchas cosas».

Agricultura 4.0

La tercera y última mesa abarcó la tecnología que existe en un sector que es tan tradicional. Rosa Gallardo, directora de la Escuela técnica de agrónomos y de montes de la Universidad de Córdoba, afirmó que «necesitamos soluciones muy especializadas para el sector», mientras que el director de desarrollo de negocio, estrategia e I+D+I en Hispatec, Gonzalo Martín, aseguró que «la cadena alimentaria ha muerto», ya que ahora «hay una red que conecta al consumidor con el productor, con datos que fluyen. Empezamos a ver las cooperativas de datos y la red agroalimentaria, y esto es fundamental en la transformación tecnológica».

TRANSPORTES BARCELO
EL PALOMO

A.T. 1.245



Fundada en 1964

Telfs. 968 34 02 65 · 968 34 48 33
E-mail: info@transportesbarcelo.com
Av. de la Region Murciana,
Ciudad del Transporte, Nave 21
30011 Murcia

www.transportesbarcelo.com

