

► N RODRIGUEZ, J LUZ. HUELVA.

El pasado 23 de junio, el Congreso Internacional de Frutos Rojos clausuraba su séptima edición remarcando los objetivos que marcarán el futuro del sector: reforzar su factor más social con una atención permanente a los trabajadores, apostar por la innovación dentro del sector; la apertura y el mejor conocimiento de los mercados y, finalmente, reivindicar la alimentación saludable.

Esta 7ª edición del Congreso, organizado por Freshuelva ha reunido a más de 1.500 profesionales a quienes Rafael Domínguez Guillén, gerente de la asociación fresera, ha agradecido “el apoyo que han vuelto a demostrar al acudir a una cita que se hace para el sector, pero también para Huelva”. En este sentido, Domínguez destacaba que esta nueva edición “ha evidenciado su utilidad para el sector y para la provincia” e incidió en que “todos juntos estamos trabajando para que la octava edición sea una realidad, en la que abordaremos, como siempre, los temas que más nos preocupan”.

La edición de 2022 fue inaugurada en la Casa Colón de Huelva de la mano de Alberto Garrocho, presidente de Freshuelva; Gabriel Cruz, alcalde de Huelva; la presidenta de la Diputación, María Eugenia Limón; el secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía, Vicente Pérez, y el presidente de Caja Rural del Sur, José Luis García-Palacios.

Durante su intervención, Garrocho agradeció su presencia a todos los congresistas y ponentes “en la edición de la vuelta a la normalidad tras dos años convulsos por la pandemia y tras una campaña compleja y llena de dificultades, marcada por el mal tiempo, la escasez de mano de obra, la huelga del transporte y el incremento general en los costes”. El presidente de Freshuelva señaló que el objetivo de este congreso es “debatir sobre el futuro de nuestro sector; que pasa por continuar con nuestra apuesta por la sostenibilidad para conseguir tener los mejores berries en el mejor entorno, así como poner de relieve que los frutos rojos del mundo tienen la marca Huelva y que, además, de producir frutas de calidad, producimos salud y bienestar”.

■ CHARLA MOTIVADORA

El entrenador de tenis y director de la Rafa Nadal Academy, Toni Nadal, fue el encargado de ofrecer la conferencia inaugural. Una conferencia con gran afluencia de público, que no dejó indiferente a nadie y fue protagonista de las conversaciones entre los asistentes durante la hora del aperitivo después de señalar que “elementos como la tecnología o la alimentación no son factores determinantes para el éxito, ya que están al alcance de cualquiera. Los factores determinantes son la lucha, la resistencia y el afán de superación”.

Después de lo que pretendía ser una charla motivadora para el sector, el programa de ponencias continuó con una mesa de trabajo sobre la eficiencia de los recursos hídricos y su encaje en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en la que participaron como moderador Francisco José Martínez López, catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Huelva; José Antonio Re-



Así de animada estuvo la pausa del aperitivo, entre ponencia y ponencia, en la Casa Colón de Huelva. / FRESHUELVA

El Congreso Internacional de Frutos Rojos une al sector en torno a sus principales demandas y preocupaciones

Freshuelva ha reunido a más de 1.500 profesionales en esta 7ª edición, donde el papel social del sector ha sido una de las principales reivindicaciones

mesal, director del sistema de explotación de la Demarcación Tinto-Odiel-Piedras; Alejandro Rodríguez, comisario de aguas de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir; y Juan Antonio Millán, presidente de la Asociación de Confederaciones de Regantes de Huelva (Corehu).

Los participantes coincidieron en recalcar “lo especialmente bien que se han hecho las cosas históricamente en la provincia de Huelva en lo referente al uso eficiente del agua” y destacaron el margen de mejora que existe con la puesta en marcha de nuevas infraestructuras hídricas, como la presa de Alcolea o el túnel de San Silvestre.

En este sentido, Juan Antonio Millán recalco que el agua “es la base fundamental de la economía onubense”, por lo que apostó por seguir ahondando en “la revolución hídrica” que siempre ha caracterizado a esta provincia “con la unidad y el trabajo conjunto de todos los sectores implicados”.

Por su parte, José Antonio Remesal aseguró que “Huelva es un ejemplo de eficiencia en el uso de agua para sus distintos usos: agrícola, de consumo humano o industrial, entre otros” y destacó las “grandes obras que se han hecho en las últimas décadas para hacer posible este hecho”.

Alejandro Rodríguez, hizo hincapié “en uso eficiente del agua y por la gestión integrada de los recursos hídricos”, concluyendo, en su opinión, la tarea pendiente de los acuíferos y las aguas subterráneas.

■ RETAIL Y FRUTOS ROJOS

Tras analizar los desafíos que la provincia y el sector tienen en torno al agua, la siguiente mesa de trabajo se centró en las tendencias y oportunidades de los frutos rojos en el retail, en concreto, en los mercados árabes y británicos, con la participación



Los asistentes disfrutaron con la celebración física del congreso. / FRESHUELVA

de Ayman Zargarian, Horeca Division Manager de Farzana, firma de Emiratos Árabes Unidos y Paul Smith, CEO de la firma del Reino Unido, Smith and Sons Ltd.

Zargarian aseguró que los principales retos para la exportación de frutos rojos a Emiratos Árabes Unidos residen en unos precios competitivos y en la capacidad de garantizar la calidad del producto durante su transporte. “En mi país todo radica en el precio, en una mejor estrategia de precios, con flexibilidad para ser más sostenibles en nuestro mercado”, afirmó.

En este sentido, el representante de Farzana incidió también en la necesidad que deben cubrir las empresas exportadoras de berries de “saber monitorizar la temperatura de la fruta durante el transporte”, ya que en la actualidad “hay muchos productos que llegan a nuestro país con la calidad no deseada”.

Por su parte, Paul Smith, dedicado al negocio de alimentación mayorista en Londres, apostó por trabajar con “pequeños comerciales y supermercados ajenos a

las grandes cadenas”, un sector en el que siguen confiando sus compras más de 10 millones de ingleses en la actualidad.

■ LA SEGUNDA JORNADA

La segunda jornada se abrió con una mesa de trabajo sobre los nuevos mercados emergentes para el sector de los frutos rojos, centrados en los casos concretos de Polonia y Alemania, en la que participaron Agnieszka Wryk, de la firma exportadora polaca Ewa-Bis y Hans-Christoph Behr, director adjunto de la consultora agrícola alemana AMI.

Wryk aseguró que la producción española de berries “es muy importante para el mercado polaco” ya que permite acabar con su obligada estacionalidad. Esta profesional polaca aseguró que el consumidor de su país busca “calidad y frescura” y detalló que los consumidores de rentas más altas “son los principales consumidores de frutos rojos españoles, que están disponibles cuando no los hay polacos”, llegando a comprar más de siete kilos de fruta por persona al año.

Por su parte, Hans-Christoph Behr explicó que los consumidores alemanes “cada vez demandan una mayor calidad en los frutos rojos”, algo que encuentran en los berries españoles, que están presentes en los mercados de Alemania durante varios meses, dependiendo de las oscilaciones climáticas del país bávaro.

Behr detalló que la fresa es el fruto rojo más consumido en Alemania, seguido por el arándano y la frambuesa. En total en el último año se exportaron más de 87.000 toneladas de berries españoles al mercado alemán, lo que da una buena idea de la importancia de las exportaciones españolas para ese país.

Los frutos rojos españoles son, sin embargo, más baratos que los alemanes para el consumidor final de este país. “El secreto está en la textura, que pierde firmeza en el largo transporte que es necesario”, dijo Behr.

■ INNOVACIÓN

La segunda jornada del Congreso se fijó también en la innovación en el sector de los frutos rojos y lo hizo de la mano de una conferencia a cargo de Pedro Pietro, director general de Befoodlab, firma especializada en I+D+i en el sector de la alimentación, quien abogó por “reimaginar el futuro de los frutos rojos”.

En este sentido, Pietro, explicó que los consumidores “son cada día más complejos”, con múltiples gustos y apetencias que dependen de múltiples factores, por lo que calificó de “fundamental” que el sector de los frutos rojos “sepa adaptarse a esa nueva complejidad por medio de la innovación”.

El responsable de Befoodlab aseguró que “Huelva puede ser un gran referente en innovaciones alimenticias en torno a los frutos rojos” y animó a las empresas del sector a dar el salto para adaptarse a las nuevas realidades que demandan los consumidores. De esta forma, puso como ejemplo productos como vinagre, polvos antioxidantes, pulpas, fibra, cosmética e incluso textil que ya se comercializan. “El objetivo es inventar los mercados del mañana al servicio de una alimentación saludable y sostenible”.

■ ALIMENTACIÓN Y FACTOR SOCIAL

En esta línea, el Congreso acogió también una ponencia centrada en la alimentación saludable de la mano de Rut Tenorio, directora de la Fundación Prenauta, quien detalló el proyecto puesto en marcha por la entidad en torno a la educación ‘Los niños se comen el futuro’.

Y la cita concluyó su programa de ponencias abordando uno de los temas que más preocupan al sector: el factor social en los frutos rojos. Rafael Domínguez, gerente de Freshuelva, encargado de moderar esta mesa redonda, aseguró que “desde la asociación vamos a seguir trabajando codo con codo con las organizaciones y los agentes sociales que ayudan y mejoran la calidad de vida de nuestros trabajadores”.

En la mesa de trabajo participaron Javier Pérez Cepero, director autonómico para Andalucía y Ceuta de la Fundación Cepaim, Natalia Cost, coordinadora del proyecto de atención a mujeres contratadas en origen de Cruz Roja y Borja Ferrera, director del Plan de Responsabilidad, Ética, Laboral y Social (Prelsi) de Interfresa.

Agrocolor



Agrofresas



Agrolution Agribusiness Solutions



Asfertglobal



Atens



Atlántica Agrícola



Azcaval Ingeniería del Envasado



Bayer



Biobest



Brandt



CAAE Insumos UNE



Dicsa



Ekland Marketing



Fall Creek



Fresh Forward



Fruit Logistica



Green Universe



Hermisan



Hydroponic Systems



Koppert



Maf Roda



MAFA Vegetal Ecobiology



Menno



Nova Siri Genetics



Probelte



Reyenvas



SensaCultivo



SP Soluciones Agrícolas



Tarazona



Tebrio



Tomra



Trichodex



Unitec



UPL



Valencia Fruits



Vellsam

