

miércoles 20 de junio de 2018

## Diputación de Huelva reafirma su compromiso con el sector de los frutos rojos



Descargar imagen

**El economista José María O’Kean apuesta por que el mercado de los berries se adapte a los nuevos modelos de consumidores para continuar siendo competitivo y seguir creciendo**

Las tendencias de los nuevos mercados y las exigencias de los nuevos consumidores de países como Emiratos Árabes, Reino Unido, China y Alemania han centrado la primera jornada técnica del Cuarto Congreso Internacional de Frutos Rojos, que ha sido

inaugurado hoy por el presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho; el presidente de la Fundación Caja Rural del Sur, José Luis García Palacios; el presidente de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo; el alcalde de Huelva, Gabriel Cruz; y el consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haro.

El presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho, agradeció a todos los patrocinadores, colaboradores, expositores y participantes por “caminar de la mano de Freshuelva en esta cuarta edición para seguir creciendo en el objetivo de que el Congreso sea una cita obligada de los berries en el que se debatan y avance en los temas que ocupan y preocupan al sector”.

Tras agradecer a los responsables institucionales su apoyo a la aprobación de la Ley del Traspase en el Congreso y deseando una pronta materialización de la misma para garantizar el futuro del regadío del Condado y de Doñana, el presidente de Freshuelva mostró su “convencimiento de que, desde la unidad, la honestidad y la transparencia que caracteriza al sector, seguiremos avanzando y creciendo para ser aún más importante para la economía de nuestra provincia.

El alcalde de Huelva, Gabriel Cruz, aseguró sentirse “muy feliz” de que una vez más Huelva tome el protagonismo de algo tan importante como es un encuentro internacional en torno a los berries, que es un área de actividad económica fundamental para la provincia, que sirva para afrontar todos los retos que el sector tiene por delante en comercialización, apertura de nuevos mercados, producción”. Así, felicitó a Freshuelva por su “empeño en posicionarse y posicionarnos en este tipo de eventos internacionales” y a patrocinadores como la Fundación Caja Rural por “facilitar que Huelva sea la capital de los frutos rojos”.

Por su parte, el presidente de la Fundación Caja Rural del Sur, José Luis García Palacios, destacó que este Congreso es una de sus “mayores satisfacciones” porque en “Huelva se ha obrado un milagro extraordinario con la implantación

del regadío y es fruto de un trabajo bien hecho”. No obstante, apostó por “ir a la expansión en paralelo a la expansión comercial, aprendiendo de la autorregulación que ya experimentó el sector con la crisis, colocando los productos en nuevos mercados a la par que se aumenta la producción”.

El presidente de la Diputación, Ignacio Caraballo, mostró su satisfacción por la celebración de este 4º Congreso en el que Huelva se convierte en foco de atención del sector de los frutos rojos en Andalucía, España y el mundo. Agricultores, empresarios y administraciones se unen en este simposio para defender la Marca Huelva representada en la excelencia de nuestro sector agroalimentario que se sitúa a la vanguardia en innovación, en transferencia de conocimiento y en promoción. Caraballo destacó la relación de la Diputación con el sector de los frutos rojos y su contribución a su desarrollo y promoción en las principales ferias agroalimentarias del mundo y promocionarlos dentro y fuera de nuestras fronteras con campañas como ‘Que Sea de Huelva’ para la promoción de los productos y servicios de la provincia.

Finalmente, el consejero de Agricultura, Rodrigo Sánchez Haro, puso a los frutos rojos como uno de los máximos exponentes de un sector agroalimentario andaluz, destacando que, gracias a la fidelización de sus principales clientes (Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Francia) y la conquista de nuevos compradores, han llegado a 2018 con la “intachable” carta de presentación de un aumento medio de las ventas al exterior del 10% en la última década.

En sólo diez años, apuntó Sánchez Haro, las exportaciones de la fresa de Huelva han crecido, en valor, cerca de un 50%, hasta superar los 470 millones de euros; las de frambuesa se han multiplicado por cuatro, para dejar en la balanza comercial más de 300 millones de euros; y las de arándanos, por siete, hasta alcanzar los 176 millones de euros. China, desde la óptica del consejero, ya empezaba a vislumbrarse, en este contexto, como una “oportunidad” con un ascenso de la facturación, “que ahora se reafirma”, del 62% (más de dos millones de euros) en 2017.

A su juicio, el sector de los frutos rojos, sobre la base de la apuesta por la innovación, la diversificación, la concentración de la oferta, la sostenibilidad y la calidad, en palabras del consejero, “no ha tocado techo”. En la campaña actual ocupa más de 12.000 hectáreas de superficie y su producción ha experimentado un crecimiento del 31% en las últimas cinco campañas para sobrepasar las 400.000 toneladas. Aporta, sentenció Sánchez Haro, más de 600 millones de euros al valor de la producción agraria onubense y andaluza y crea más de 60.000 jornales al año con el “ejemplo” de la contratación en origen y la “ventaja” de un tejido empresarial “fuertemente estructurado” en torno a Freshuelva.

#### Ponencias técnicas

El panel científico-técnico del Congreso comenzó con la conferencia inaugural, que corrió a cargo de José María O’Kean, catedrático de Economía de la Universidad Pablo de Olavide y profesor asociado de Entorno Económico del Instituto de Empresa de Madrid, quien destacó cómo el mercado de los berries debe saber adaptarse a los nuevos modelos de consumidores para continuar siendo competitivo y seguir creciendo.

En este sentido, O’Kean explicó que los productores de berries deben ofrecer “sensaciones”, más que productos en sí, ya que “para el neoconsumidor lo importante no es tener cosas, sino sentir las”. El catedrático puso como ejemplo la fresa. “Hay que preguntarle al consumidor cómo quiere que sea la fresa que se quiere tomar, y para ello tenemos que tener mucha información previa con las nuevas tecnologías, de lo contrario nos equivocaríamos”.

Como parte importante de este proceso, el profesor de Economía animó al sector de los berries “a entrar de lleno en el 4.0 y en las nuevas tecnologías, llenando los campos de sensores y de drones que nos permitan tener el control adecuado para que el producto final sea de la mejor calidad”.

#### Mercados internacionales

La vertiente más internacional del Congreso estuvo presente en la jornada con ejemplos de producción, importación y exportación de berries en países como Reino Unido, China, Emiratos Árabes y Alemania.

De esta forma, la ponencia ‘Tendencias y oportunidades con el retail y el e-commerce global y europeo’, presentada por Pierre Escodo, editor de la revista ‘Eurofresh Distribution’, dio la oportunidad a los congresistas de conocer la situación actual de mercados tan importantes para los berries como el británico y el chino.

Sabina Wyant, berry manager de la cadena Tesco, destacó el hecho de que el mercado de los frutos rojos había aumentado un 51% en el Reino Unido en los últimos cinco años gracias, sobre todo, “a las mejoras genéticas y a las nuevas variedades”. Además, hizo hincapié en que el consumidor británico “es muy exigente”, por lo que animó a ofrecer productos “sostenibles con el medio ambiente y de gran sabor”.

El emergente mercado chino estuvo presente en el Congreso de la mano de Qidong Zhu, vicepresidente de la firma Pagoda, con sede en Shezhen, quien destacó que la producción de arándanos ha tenido un “desarrollo muy rápido” desde que fuera introducida en su país en el año 2001. Zhu destacó que para el consumidor chino el sabor es un hecho “primordial”, y que los principales problemas a los que se enfrenta la producción en este país es la necesidad de establecer marcas y variedades propias, así como buscar mejores canales para la venta y distribución.

Por su parte, Martín Jorge Aguirre, de la empresa Spinneys Dubai, habló del complicado mercado de Emiratos Árabes Unidos para la exportación de berries debido a sus especiales condiciones climáticas. Así, explicó que este país importa el 98% de los berries que consume y aseguró que los principales desafíos son los de “mantener la cadena de frío, seleccionar las variedades adecuadas, una fruta en estado adecuado de madurez, y la eficiencia en el embalaje y en el transporte aéreo”.

Además, aseguró que España, para ganarse ese mercado, tiene por delante el reto “de ser identificada por un país de origen premium”.

El mercado alemán, principal comprador de berries a España, estuvo presente en el Congreso de la mano de Hand Widmann y Mathias Hundhausen, representantes de las empresas Herbert Widmann y Nordgemüse Krogmann. Widmann aseguró que el principal desafío de España es el de “producir berries a buena calidad y a un coste moderado, ya que sólo así podrá frenar la fuerte competencia que está teniendo de Portugal y Marruecos”. Por su parte, Hundhausen destacó que la sensibilidad del consumidor alemán “está aumentado considerablemente”, sobre todo en lo que se refiere a “sabor y apariencia”, por lo que animó a los productores a trabajar en ese sentido.