

viernes 1 de mayo de 2026

Diputación impulsa “Marca Huelva”, un proyecto para visibilizar el talento empresarial de la provincia de la mano de Daniel del Toro

La campaña arranca con una serie de contenidos audiovisuales que recorrerán toda la provincia hasta finales de junio



Descargar imagen

La Diputación de Huelva ha puesto en marcha “Marca Huelva”, una iniciativa de promoción territorial que tiene como objetivo dar visibilidad al tejido empresarial de la provincia a través de una campaña de contenidos digitales liderada por el comunicador gastronómico Daniel del Toro.

El proyecto se articula en torno a una serie de nueve piezas audiovisuales en formato reel que muestran el trabajo, la innovación y el arraigo de once empresas onubenses pertenecientes a sectores estratégicos como la agricultura, la ganadería,

la hostelería y la gastronomía .

El primero de estos contenidos se ha publicado esta misma semana en los perfiles de Instagram de Diputación de Huelva y Daniel del Toro, marcando el inicio de un calendario de lanzamientos semanales que se prolongará hasta finales de junio .

Un recorrido real por la Huelva que produce y genera futuro

“Marca Huelva” tiene como objetivo posicionar la provincia como un territorio donde la calidad, la innovación y el emprendimiento forman parte de su ADN, mostrando el trabajo de empresas locales vinculadas a sectores estratégicos como la agricultura, la ganadería y la gastronomía .

A través de un formato ágil y cercano, Daniel del Toro recorre distintos puntos de la provincia para conocer de primera mano proyectos que representan el presente y el futuro de Huelva.

En el ámbito agrícola, la campaña muestra desde propuestas altamente innovadoras como M2R Agrofarm, centrada en biotecnología y economía circular, hasta modelos de gestión sostenible del campo como Altagros S.L., pasando por proyectos ligados al territorio como Piñonera Almonasterense.

En ganadería, el foco se pone en el valor del origen y el producto, con ejemplos como Quesería La Nava, que recupera la tradición quesera en la Sierra; Sabor de Origen / Sierra del Rey, que combina elaboración artesanal e innovación; o Don Mateo, referente en la cría de cerdo ibérico Manchado de Jabugo en plena dehesa.

Por su parte, el bloque gastronómico refleja la diversidad y evolución del sector, con proyectos que van desde la innovación científica aplicada a la cocina, como Antie Foods, hasta la tradición apícola de Escoms Miel y Polen, pasando por propuestas contemporáneas con identidad propia como Abuela Canalla, espacios gastronómicos como Nuevo Casino o la conexión entre vino, territorio y experiencia que aporta Magasé Bodegas.

Orgullo de territorio y proyección de futuro

Más allá de la promoción individual de cada empresa, “Marca Huelva” persigue reforzar el orgullo de pertenencia y proyectar una imagen sólida de la provincia como un entorno competitivo, innovador y con capacidad de generar oportunidades.

El proyecto se enmarca dentro de la apuesta de la Diputación de Huelva por impulsar iniciativas que conecten el talento local con nuevos públicos, contribuyendo al posicionamiento de la marca territorial tanto dentro como fuera de la provincia. Con esta iniciativa, Huelva no solo muestra lo que hace, sino cómo lo hace: con identidad, con talento y con futuro.



Descargar imagen



Descargar imagen



Descargar imagen

Descargar imagen

Descargar imagen