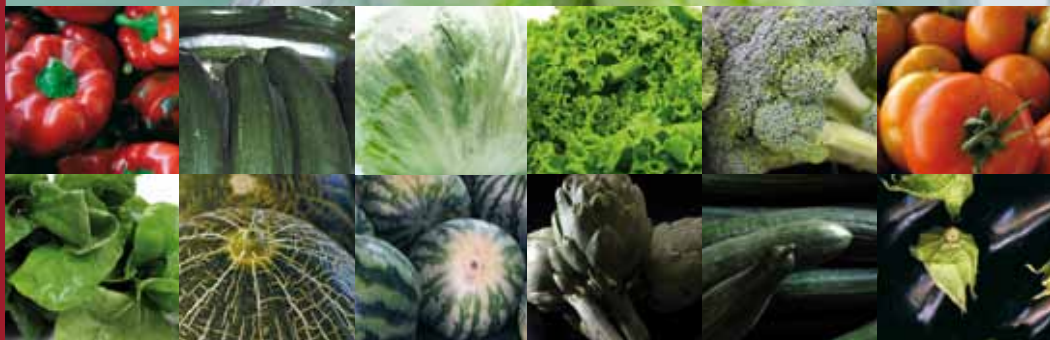


F&H

FRUTAS Y HORTALIZAS

BLOCK MURCIA

FEBRERO - 2015



Producers you can trust

Productores en quienes puede confiar

PROEXPORT members grow and market the best and freshest produce in Spain all year around. Always with the first-class service their reputed customers value so much.

Los asociados de PROEXPORT ofrecen las mejores verduras y frutas frescas de España durante todo el año. Siempre con el servicio de primera clase que tanto valoran sus reputados clientes.





proexport

Fruits & Veggies from Murcia • Spain

Murcia Fruit and Vegetable Growers and Exporters Association

Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia

proexport@proexport.es - T. +34 968 271 779 - www.proexport.es - wecareyouenjoy.eu



♦ Alcachofa	6	32 ♦ Subasur
♦ El Dulce	8	34 ♦ Lechuga
♦ Apio	10	36 ♦ Alimer
♦ Perichan	12	38 ♦ Melón
♦ Berenjena	14	40 ♦ Soltir
♦ Campo de Lorca	16	42 ♦ Pepino
♦ Brócoli	18	44 ♦ Agromerca
♦ G'S España	20	46 ♦ Pimiento
♦ Calabacín	22	48 ♦ Agrasa
♦ El Monarca	24	50 ♦ Sandía
♦ Escarola	26	52 ♦ Mercagrisa
♦ Hortiberia	28	54 ♦ Tomate
♦ Espinaca	30	56 ♦ Proexport
		58 ♦ Opinión

EDITA:



HORTO
DEL PONIENTE

C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano
Portal I - 6º D. 04009 Almería
Telf. +34 950 62 54 77
E-mail: info@fyh.es www.fyh.es

Director: **Rafael I. Losilla Borreguero**
Redacción y Firmas: **Daniel Lafuente, José Antonio Arcos, María Esperanza Losilla, Francisco Bonilla** (Fotografía). Producción y suscripciones: **Trinibel Barranco**.
Departamento Comercial: **Manuel Flores** (jefe de sección).
Diseño y Maquetación: **Francisco Valdivia**.
Impreme: **Gráficas Piquer**.





**Sweet Piel de Sapo
Melon for Europe!**



www.frutasyverduraselmonarca.es

ALCACHOFA/ARTICHOKE

OFERTA

- La alcachofa recupera su superficie a pesar de la inestabilidad del producto, coincidiendo con el descenso de otros productos minoritarios como las acelgas, las escarolas o las coles.

- El grueso de la alcachofa de Murcia se destina a la industria por un exceso permanente de la producción y por la dinámica de otras producciones españolas -Navarra y Castellón- que consiguen posicionarse mejor en el mercado español que el producto de Murcia.

- Muchos productores de Murcia trabajan la alcachofa para dirigirla directamente al procesado industrial.

COMERCIO

- El mercado de referencia para la alcachofa en fresco es el español. Cataluña y Valencia son los más importantes.

- Las exportaciones de la alcachofa de Murcia suponen el 35% de las operaciones en España, a pesar de que esta región es la principal productora en España.

- La evolución de las exportaciones son muy inestables y dependen de la dinámica de otras zonas de producción. Francia es el mercado internacional más importante para Murcia. El primer mercado es España, donde las empresas de Murcia comercializaron más de 14.000 toneladas.

CROP

- The artichoke recovers the surface despite the instability of the produce. This situation clashes with the decline of other minority products such as chard, endives or cabbage.

- The largest part of the artichoke from Murcia goes to food industry due to a permanent excess of the production and the dynamics of other Spanish productions -Navarra and Castellón - which have managed a better position than artichoke from Murcia on Spanish market.

- Many growers from Murcia are working with the artichoke to lead it directly to industrial processing.

TRADING

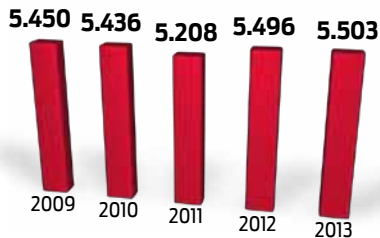
- The reference market for fresh artichoke in Murcia is Spanish market. Catalonia and Valencia are the most important regions for supplying produce from Murcia.

- Artichoke exports from Murcia mean 35 percent of trading in Spain, despite of this region is the leading producer in Spain.

- Evolution of exports is very unstable and depends on the dynamics of other yield areas. France is the most important international market for supplying from Murcia. The first market is Spain, where the companies from Murcia marketed more than 14,000 tons.

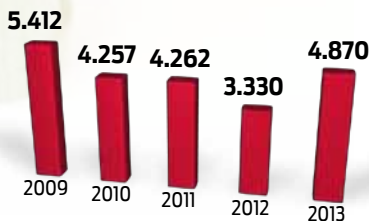
AREA ARTICHOKE MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT ARTICHOKE FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



Comprometidos con el Resultado

Koppert está comprometido con los agricultores desde hace más de 40 años. Nuestra capacidad de investigación e innovación siempre nos han permitido introducir las soluciones biológicas más eficaces, como el *Nesidiocoris tenuis* y *Amblyseius swirskii* en la protección de los cultivos, así como los abejorros Natupol en la polinización natural.

Los resultados nos han convertido en el primer proveedor fiable de productos de alta calidad y de servicios seguros y eficientes.

Tu satisfacción es nuestro compromiso.





EL SEGMENTO 'PREMIUM' DE PRODUCTO EN HOJA, LAS ESPECIALIDADES COMO MAÍZ, HIERBAS AROMÁTICAS O CEBOLLA DULCE Y UNA APUESTA TECNOLÓGICA CONSIDERABLE CON UNA INVERSIÓN DE 12 MILLONES EN CINCO AÑOS SON LAS SEÑAS DE IDENTIDAD.

Especialidades, hierbas aromáticas, productos de hoja de alta gama. Son algunas de las líneas que trabaja El Dulze dentro del segmento 'premium' dentro de una filosofía de marca.

El Dulze contempla un concepto de empresa basado en el desarrollo tecnológico que se extrapola desde el campo hasta el centro de confección. Su nave se encuentra totalmente robotizada y controlada con Tecnología RFID. 17.000 metros cuadrados en donde han invertido 12 millones de euros en los últimos cinco años.

El Dulze mantiene la política de trabajar en el almacén para asegurar la mejor calidad y cuenta con numerosas plataformas de confección en campo "para confeccionar los diferentes productos que ofrecemos", señalan desde la empresa murciana, ubicada en la localidad de El Mirador.

La empresa cuenta con un amplio portfolio de productos pero centra su atención en maíz, espinaca, hierbas aromáticas y especialidades de hoja y también contempla productos más exclusivos como cebolla dulce, hinojo y productos de hoja como Baby-Leaf y Salanova.

Estrategia. Además de contemplar como estrategia el trabajar productos de valor añadido en el segmento 'premium', El Dulze busca la presencia durante los 12 meses y así trabaja apio, diferentes gamas de hoja, hierbas aromáticas, maíz y cebolla dulce durante toda la campaña.

La empresa, para no romper el caudal de oferta, trabaja en diferentes zonas de producción españolas como Murcia, Comunidad Valenciana, Castilla La Mancha, Aragón y Andalucía. ♦



Destinations which El Dulze works with:

Spain.	Germany
Ireland	Switzerland
United Kingdom	Italy
France	Czech Republic
Holland	Austria
Denmark	Lithuania
Norway	Qatar
Sweden	Arab Emirates
Finland	
Poland	

Imagen de la robotización de los procesos de confección de El Dulze.



José Ramón Sánchez (left) marketing manager and José C. Gómez, commercial manager.

“THE PREMIUM” PRODUCT SEGMENT IN LEAF VEGETABLES, THE SPECIALITIES LIKE CORN, HERBS OR SWEET ONION AND AN IMPORTANT TECHNOLOGICAL BET ON AN INVESTMENT OF 12 MILLION IN FIVE YEARS ARE THE MAIN CHARACTERISTICS OF THIS COMPANY.

Herbs, leaf products and high quality products are some of the lines that El Dulze is working within “the premium” segment within a brand philosophy.

The company model of El Dulze is based on the technological development that is extrapolated from the field to the manufacturing centre. Its facilities are totally robotised and controlled with technology RFID. 12 million Euros have been spent in 17,000 square meters in the last five years.

The policy of the Dulze is to work in the warehouse to assure the best quality so it has numerous manufacturing platforms in field “to make the different products that are supplied”, explain from this company located in El Mirador (Murcia).

The company counts on ample portfolio of products but it is focused on corn, herbs, spinach and leaf specialties and it also has more exclusive products like sweet onion, fennel

and products of leaf like Baby-Leaf and Salanova.

Strategy. Besides having the strategy of working products of added value in “the premium” segment, El Dulze is looking for working during 12 months and thus they have celery, different ranges of leaf products, herbs, corn and sweet onion during all the campaign.

To fulfil this objective of the supply volume it is working in different zones of production in Spain like Murcia, Valencian Community, Castille-La Mancha, Aragon and Andalusia.

“The premium” quality of products as the leaf ones have got that El Dulze diversifies the destination markets. At the moment they are working with 20 destinations, being Germany and East Europe where they want to set better, and Scandinavia, France and the United Kingdom where they have grown more. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Aromatic herbs												
Baby-Leaf												
Celery												
Corn												
Lettuces												
Sweet onion												

APIO / CELERY

OFERTA

- El apio vuelve a sus niveles más altos por la agradable respuesta de los mercados del Norte de Europa. Además del Reino Unido, que demanda y consume este producto, el mercado francés y el alemán han empezado a sumar este producto.
- La evolución superficial es alcista en Murcia en el momento en que el producto ha pasado a multiplicar su demanda en el canal Horeca de Europa.

CROP

- Celery returns to their highest levels due to for the pleasing reply from markets of northern Europe. In addition to United Kingdom, that demands and consumes this vegetable, French and German markets have begun to add this product.
- The evolution of the agricultural area has an upward trend in Murcia when the produce has multiplied the demand on Horeca sector in Europe.

COMERCIO

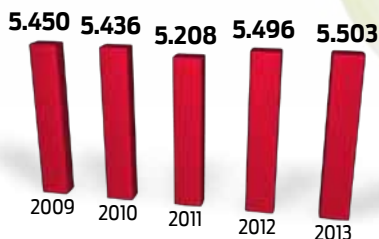
- Murcia es la primera región exportadora de este producto al suponer casi el 75 por ciento de las expediciones españolas.
- Las cifras de 2013 firma números de records de más de 65.000 toneladas con el Reino Unido como mercado de referencia, pero con nuevos mercados aumentando sus exportaciones como Francia y Alemania.
- Aunque la presencia internacional del apio de Murcia es considerable, las empresas murcianas trabajan más de 87.000 toneladas al mercado español.

TRADING

- Murcia is the first exporter region of this vegetable because means 75 percent of the Spanish export.
- Although is considerable the international presence of the celery from Murcia, the Murcian companies grow more than 87,000 tons for Spanish market.

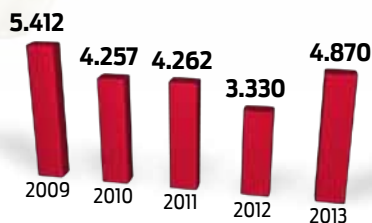
AREA CELERY MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT CELERY FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





Directo desde la Huerta
Nuestras mejores verduras para usted

Direct from the farmer
Our better crops for you



www.soltir.com



SOL Y TIERRA CAMPO DE CARTAGENA, S.L.
Autovía San Javier-Murcia, Km22.
30592 San Cayetano. Murcia
Telf.: +34 968 334 800
Fax.: +34 968 580 985



EL GRUPO PERICHÁN ABRE SUS VENTANAS A LA EXPORTACIÓN. ACTUALMENTE, LA EXPORTACIÓN SUPONE EL 10% DE SUS OPERACIONES Y SU FUTURO MIRA A EUROPA. LA FIRMA ES ESPECIALISTA EN TOMATE Y PEPINO E INCORPORA LA FRUTA DE HUESO.

La empresa mantiene su especialización en la gama de tomates y pepinos que durante muchos años han enfocado hacia el mercado español, al ser un suministrador de referencia de varias cadenas de supermercados e hipermercados.

La estrategia del Grupo Perichán con sus productos de referencia es mantener una línea de actividad durante los 12 meses trabajando diferentes variedades en las dos gamas de productos de referencia que trabaja en España y en la que trabaja fuera de la Península Ibérica.

Para conseguir este objetivo, la empresa cuenta con unas 700 hectáreas de producción propia en las provincias de Murcia, Almería, Alicante y Albacete, que corresponden a 391 hectáreas de tomates y 325 hectáreas de pepino dentro de España.

Las instalaciones de la empresa en Murcia están enfocados en la confección de diferentes líneas de tomate y pepino, donde la empresa comercializó 32.500 toneladas de

pepino y 39.100 toneladas de tomate, que es el producto de referencia de la empresa con diferentes líneas entre tomates de sabor y gamas más convencionales. Hoy Perichán es el mayor productor de la gama Raf de Murcia.

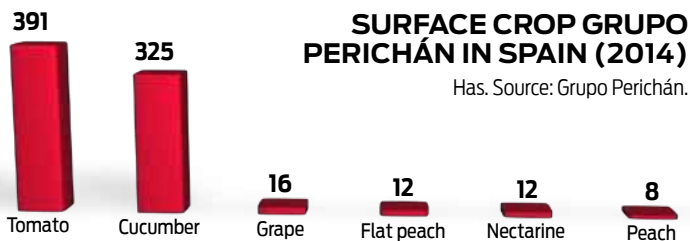
Diversificación. El Grupo Perichán se encuentra completamente consolidado entre la clientela española y su próximo reto pasa por la exportación, que en la actualidad supone el 10 por ciento de su volumen de negocio.

La apuesta del Grupo por la exportación "responde al interés del crecimiento empresarial y a las dificultades de poder crecer dentro de España", señala Celestino Méndez, director de la empresa.

La empresa ha empezado su desarrollo 'export' por el mercado francés, pero el compromiso es el de abordar más mercados internacionales con sus productos de referencia -tomate, pepino y judía- a los que se suman una nueva gama de referencias en frutales de hueso. ♦



El tomate es el producto de referencia del Grupo Perichán. Tomato is leading product in Perichán Group.





Ana Méndez,
financial manager Grupo
Perichán.

GRUPO PERICHÁN
IS OPENED TO
EXPORT. AT THE
MOMENT, EXPORT
MEANS 10% OF
ITS OPERATIONS
AND THEIR FUTURE IS EUROPE.
THE COMPANY
IS SPECIALIZED
IN TOMATO AND
CUCUMBER AND
ALSO THE STONE
FRUIT.

The company keeps on being specialized in the range of tomatoes and cucumbers that during many years have been sent to the Spanish market being an important supplier of several chains of supermarkets and big supermarkets.

The strategy of Grupo Perichán with its leading products is to keep a line of activity during the 12 months working different varieties in two ranges of leading products that work in Spain and in the one that works outside the Iberian Peninsula.

In order to fulfil this objective, the company has more than 700 hectares of own production in the provinces of Murcia, Almería, Alicante and Albacete, which are 391 hectares of tomatoes and 325 hectares of cucumber within Spain.

The facilities of the company in Murcia are focused on the manufacturing of different lines of tomato and cucumber, where the company commercialized 32,500 tons of

cucumber and 39,100 tons of tomato, which is the leading product of the company with different lines between tomatoes of flavour and more conventional ranges. At present Perichán is the greatest producer of Raf range of Murcia.

Diversification.

The Grupo Perichán is completely consolidated among the Spanish customers and its next challenge is the export that at present is the 10 per cent of its volume of business. The bet of the Group on export "responds to the interest of the company growth and to the difficulties of being able to grow within Spain", Celestino Méndez, manager of the company, explains.

The company has begun its "export" development in the French market, but the commitment is to approach more to the international markets with its leading products - tomato, cucumber and bean- and they add the new range of stone fruit too. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cucumber												
Tomato												
Grape												
Peach												
Flat peach												
Nectarine												

BERENJENA/AUBERGINE

OFERTA

- La superficie de berenjena en Murcia se reduce por las dificultades para poder trabajar este producto al aire libre. Fue contemplada como producto alternativo a los tradicionales para trabajarlos durante los meses de verano.
- La presión les llega de la oferta manchega, lo que ha obligado a frenar la evolución superficial, aunque el caudal de oferta se mantiene, porque los productores de Murcia han aprendido a mejorar el rendimiento de este cultivo.

COMERCIO

- Murcia alcanzó las 3.000 toneladas exportadas por primera vez en el último año, manteniendo una dinámica alcista, aprovechando la ventana coyuntural de trabajar durante los meses de verano.
- Francia y Portugal son los destinos de referencia para la berenjena de Murcia, pero de manera casual y esporádica.

CROP

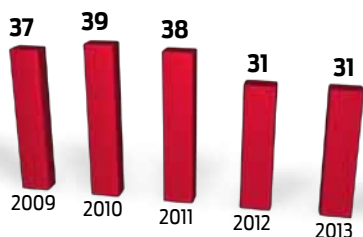
- The agricultural area of aubergine in Murcia is reduced by the difficulties to grow this vegetable outdoor. It was contemplated as alternative produce to traditional vegetable to grow it in summer.
- The pressure comes from La Mancha supply, which has been forced to slow down the evolution of the agricultural area, even though the supply is maintained because growers from Murcia have learned how to improve the output of this crop.

TRADING

- Murcia exported 3,000 tons for the first time last year, maintaining an upward trend taking advantage of the juncture to grow it in summer.
- France and Portugal are the reference destinations for aubergine from Murcia, although casually and sporadically.

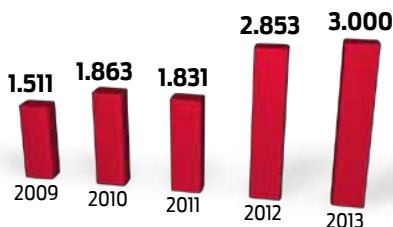
AREA AUBERGINE MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT AUBERGINE FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





Grupo
G's España

pascual®
Pascual Marketing S.L.

**Remolacha, apio, cebollino, rabanito,
lechugas, tomates, cítricos,
mini hojas y ecológico**



**Beetroot, celery, spring onion, radish,
lettuces, tomatoes, citrus,
baby leaf and organics**



Fundado en 1952
Established in 1952

Ctra. El Jimenado, Km.1 s/n
30700 Torre Pacheco Murcia (España)
T. 968 188 600 | F. 968 188 620

www.gsgrupo.com
www.pascualmarketing.com



ES LA FIRMA MÁS IMPORTANTE DE BRÓCOLI EN EUROPA, PERO AHORA SE PROYECTA EN DESARROLLAR BRÓCOLI ECOLÓGICO Y NUEVAS LÍNEAS EN COLIFLOR Y ALCACHOFA, GRACIAS A LA AMPLIACIÓN DE LAS INSTALACIONES.

Marcas/Brands

Cricket.- Main brand, synonymous of fruits and vegetables with added value.

Aura.- New brand used in new lines of work in mature markets.

Hoy Campo de Lorca es la primera productora europea de brócoli con sus 45.000 toneladas. La empresa ha desarrollado una fuerte evolución en brócoli tanto en volumen como en proyección de mercados, donde se hace fuerte en el Reino Unido y muy visible en los mercados nórdicos y es la empresa de mayor posicionamiento de mercado con brócoli en el mercado español.

Esta posición de liderazgo, sustentada en el brócoli, le está permitiendo apostar por incrementar la oferta de coliflor y alcachofa para aprovechar la inercia de las ventas en brócoli.

Es precisamente en brócoli y coliflor donde la empresa cuenta con oferta durante los 12 meses, gracias a las plantaciones que contempla en el sureste español -Murcia, Almería, Granada y Albacete- y en Norte de España -Navarra-. Son 3.400 hectáreas en brócoli y 150 hectáreas en coliflor.

Proyectos. Campo de Lorca se encuentra inmersa en dos

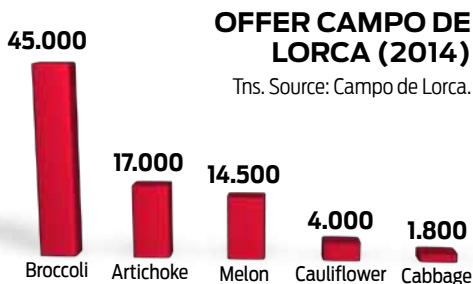
proyectos de alcance. Una ampliación de sus instalaciones centrales, que le permitirá sumar 12.000 metros cuadrados más dotados de las modernas tecnologías y el desarrollo de una gama orgánica en brócoli, alcachofa y coliflor.

La empresa alcanza las 40 hectáreas de brócoli orgánico para sumar unas 500 toneladas.

No es la única novedad en cuanto a desarrollo de productos, ya que ha incorporado durante la presente campaña la col Kale y está trabajando en alcachofas de variedades híbrida.

La empresa trabaja en desarrollar nuevos envases para mejorar cualitativamente la conservación de los productos para solventar los destinos de larga distancia para que los productos como el brócoli conserven todas sus propiedades.

La empresa, además, de trabajar con los destinos tradicionales de la UE, ha iniciado una trayectoria de trabajo con destinos como Brasil, Singapur, Golfo Pérsico, Canadá o Angola. ♦





Juan Marín Bravo, chairman Campo de Lorca.

IT IS THE MOST IMPORTANT COMPANY OF BROCCOLI IN EUROPE, BUT NOW IS FOCUSING ON DEVELOPING THE ORGANIC RANGE OF BROCCOLI AND THE NEW LINES IN CAULIFLOWER AND ARTICHOKE, THANKS TO THE EXTENSION OF THE FACILITIES.

At present Campo de Lorca is the first European producer of broccoli with 45,000 tons. The company has developed a strong evolution in broccoli as much in volume as in projection of markets, where it becomes strong in the United Kingdom and very visible in the Nordic markets and is the company of greater positioning of market with broccoli in the Spanish market.

This leadership situation based on broccoli, is allowing betting on increasing the supply of cauliflower and artichoke to take advantage of the sales inertia in broccoli.

The company indeed is supplying broccoli and cauliflower during the 12 months thanks to the crops in the south-east of Spain - Murcia, Almería, Granada and Albacete and in the North of Spain - Navarre. There are 3,400 hectares in broccoli and 150

hectares in cauliflower.

Projects. Campo de Lorca is focused on two important projects. An extension of its central facilities which will allow adding 12,000 square meters with modern technologies and the development of an organic range in broccoli, artichoke and cauliflower. The company has reached 40 hectares of organic broccoli and 500 tons.

It is not the only newness about the product development because during the present campaign the Kale cabbage has been joined to the products and it is working in artichokes of hybrid varieties. The company is working in developing new packages to improve qualitatively the conservation of products to reach the destinations of long distance so that the products as broccoli keep all the properties. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Artichoke												
Broccoli												
Cabbage												
Cauliflower												
Melon												
Organic broccoli												

BRÓCOLI/BROCCOLI

OFERTA

- Es el producto más estable de todos los que se trabajan en Murcia. Desde 2009 lleva superando las 9.000 hectáreas con escasas variables de un año a otro, que suele depender de motivos coyunturales.
- El incremento de la demanda del mercado español y las variables al alza del Este de Europa beneficiarán su desarrollo en los próximos años.

CROP

- It is the vegetable most stable that is grown in Murcia. Broccoli has exceeded 9,000 hectares since 2009 and has had little changes for years because it depends on temporary situation.
- The demand increase by the Spanish market and the rise of the variables from East of Europe will benefit their development next years.

COMERCIO

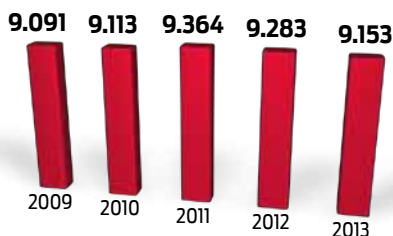
- Las exportaciones de brócoli desde Murcia están al alza. Además de los mercados más tradicionales de consumo –Reino Unido, Alemania y Francia-, han entrado nuevos destinos en consumo como la Europa Central y los destinos del Este de Europa.
- El Reino Unido es el destino de referencia al acaparar el 40 por ciento de las ventas. En los últimos años se ha producido una diversificación de mercado hacia los destinos nórdicos y la Europa del Este.

TRADING

- Broccoli exports from Murcia have an upward trend. Apart from the most traditional markets –the United Kingdom, Germany and France – new places that consume broccoli have joined to the trading, as Central Europe and East of Europe.
- United Kingdom is the main market because it means 40 percent of trading. In recent years there has been a diversification of the market towards Nordic markets and Eastern Europe.

AREA BROCCOLI MURCIA

Has. Source: Consejería
Agricultura Murcia.



Calidad por Naturaleza Quality Naturally



CRICKET

www.brocolicricket.com

follow us



CampadeLorca
Sociedad Cooperativa Limitada

Grupo G's España

EL APIO ES EL CULTIVO ESTRELLA DE LA FIRMA COMERCIALIZADO EN DIFERENTES FORMATOS. SU VOLUMEN CONTEMPLA LAS 40.000 TONELADAS EN UNA SUPERFICIE DE CULTIVO DE 900 HECTÁREAS, SIENDO EL MAYOR PRODUCTOR EUROPEO DE ESTE CULTIVO, QUE SE DESTINA POR TODO EL VIEJO CONTINENTE.

G's España tiene en la lechuga otro producto de peso específico, contando con una extensión de 2.500 hectáreas que arrojan una producción de 50.000 toneladas, manteniendo constante su línea de crecimiento campaña tras campaña.

La firma busca en lechuga un cliente más tradicional. Por este motivo gran parte de su músculo productivo se destina a fresco y tan sólo un pequeño porcentaje se destina a procesadoras de IV gama.

Tras estos dos productos de hoja, se ubican los cítricos con un caudal de oferta de 18.000 toneladas repartidos entre limón y pomelo, siendo G's España, precisamente uno de los mayores productores europeos de pomelo de la variedad Star Ruby; 15.000 toneladas de tomate y, en menor medida, mini hoja con 3.000 toneladas.

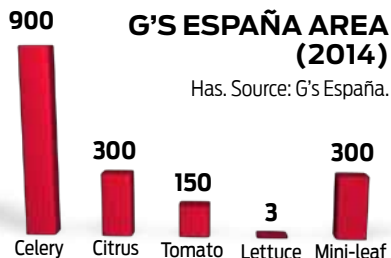
El grupo G's, en el que se incluye Pascual Marketing, tiene en Love Beets un valor añadido de gran calidad con la que comercializan remolacha infusiona-

da lista para comer.

El negocio internacional es clave en el desarrollo de la firma, sobre todo se distribuye en el territorio europeo y los nórdicos, pero esto no significa que España sea para el grupo uno de sus principales países de destino.

Para abordar este operativo, cuenta con cuatro almacenes especializados cada uno de ellos en distintos productos, ubicados tres de ellos en Campo de Cartagena (Murcia) y uno en la Comunidad Valenciana. Además, gran parte de la manipulación de apio y lechuga, se trabaja directamente en campo en cosechadoras de última generación, contando con cosechadoras autowrapper en los campos de lechuga iceberg, buscando siempre la mayor frescura y vida del producto.

Para esta campaña, G's seguirá potenciando sus líneas de productos estratégicos: apio, remolacha, cebollino y rabanito. Por último, G's España, filial del grupo G's, cumple este ejercicio 30 años desde su fundación, estando al frente la tercera generación de una empresa familiar productora de frutas y hortalizas. ♦





Adam Hill.

CELERY IS THE MAIN CROP OF THIS COMPANY WITH DIFFERENT PACKAGING. THE VOLUME OF PRODUCTION REACHES 40,000 TONS ON AN AREA THAT REACHES 900 HECTARES. IN THIS WAY, THE FIRM IS THE LARGEST EUROPEAN GROWER OF THIS LEAFY VEGETABLE WHICH IS SENT TO ALL EUROPE.

The lettuce is another important vegetable for G's España. In fact, it has a volume level around 50,000 tons which is grown over 2,500 hectares, and the firm keeps a constant line of growth every year.

The company looks for a more traditional customer with the lettuce. For this reason, a large part of its production goes to fresh consumption and only a small percentage is posted to processing companies which work with fresh cut produce.

After those leafy vegetables, citrus reach a level of production around 18,000 tons (lemon and grapefruit). G's España is one of main European growers of grapefruit with the variety Star Ruby; 15,000 tons of tomato and, to a lesser extent, mini leafy vegetable with 3,000 tons. G's group, which includes Pascual Marketing, has an added value with a high quality with the brand Love Beets with which sells beetroot ready to eat.

The international business is the key to the development of the company. It is mainly exported to Europe and Nordic countries, but this does not mean that Spain is one of their main recipient countries.

To approach this issue, the company has four specialized warehouses in several produce, three of them located in Campo de Cartagena (Murcia) and one of them in Valencia. In addition, most of the celery and the lettuce are handled directly on the field with next-generation device, as autowrapper harvester for iceberg lettuce, always seeking the freshness and life of the product.

For this season, G's will continue to strengthen their strategic lines of produce: celery, beetroot, chives and radish. Finally, G's Spain, a subsidiary of the group G's, meets this year 30 years since it was founded, still ahead of the third generation of a family business that grows fruits and vegetables. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Celery												
Lettuce												
Baby-leaf												
Tomato												
Kumato												
Grapefruit												
Lemon												
Spring onion												

CALABACÍN/COURGETTE

OFERTA

- Es una de las apuestas de los productores de Murcia, aprovechando que los costes de producción son bajos, y que el producto entra pronto en producción.
- La superficie se ha incrementado paulatinamente, aunque el efecto del virus del New Delhi está por llegar durante 2014 y 2015.
- Este producto está en manos de pequeños productores en Murcia, muy ligado a empresas para el mercado español.

COMERCIO

- El mercado español y las empresas especialistas de Almería son los principales clientes de este producto producido en Murcia. La oferta de verano de calabacín en Murcia sirve para satisfacer en parte a los operadores especialistas de Almería. Por este motivo, las exportaciones de calabacín desde Murcia no responden al incremento superficial.

CROP

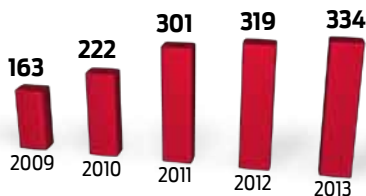
- It is one of the commitments of the growers from Murcia, taking advantage of the fact that production costs are low, and the vegetable goes into production soon.
- The agricultural area has gradually increased, although the effect of New Delhi virus is yet to come in 2014 and 2015.
- This vegetable is run by a small group of growers in Murcia and linked to companies for Spanish market.

TRADING

- Spanish market and the specialised companies from Almeria are the main customers of this vegetable grown in Murcia. The summer supply of courgette is used for satisfying the specialised traders from Almeria.
- For this reason, exports of courgette from Murcia do not reply to an increase of the agricultural area.

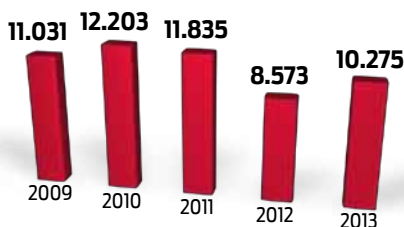
AREA COURGETTE MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT COURGETTE FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



RESULTADOS QUE ESTABLECEN
LA DIFERENCIA

sistema
CITROSOL VERTIDO CERO®

**Siempre máxima eficacia
en el control del podrido**

El Sistema Vertido Cero® es una revolucionaria tecnología que mantiene los caldos fungicidas inalterados.

Por eso logramos mantener palet tras palet, y partida tras partida la eficacia inicial del caldo, y los niveles de residuos homogéneos.

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

PRODUCTOS CITROSOL S.A. - Parcela Alameda, parr. C.
Tels: +34 96 2800512 - Fax: +34 96 2800821
46721-POTRÉS (VALENCIA), ESPAÑA.
citrosol@citrosol.com

 @Citrosol_com

www.citrosol.com





EL MELÓN PIEL
DE SAPO PARA
EXPORTACIÓN ES
SU PRODUCTO
DE REFERENCIA
Y AHORA HA
INCORPORADO
LA ALCACHOFA
EN UN ORIGINAL
PACKAGING DE
CUATRO PIEZAS.

Marcas/Brands

Monarca.- Brand of reference. Focused on supermarkets, gourmet stores and Horeca channel.

Riquissimo.- Brand focused on supermarkets. It is the young brand of the company.

Mesi as.- Focused on rising markets.

Del Campo Directo A La Mesa.- Focused on the gourmet segment.

Frutas y Verduras El Monarca se encuentra en fase de crecimiento corporativo como consecuencia de la ampliación de su catálogo de productos y sus nuevos vínculos hacia la distribución europea. La firma murciana focaliza su atención en la producción y comercio del melón piel de sapo, muy dirigido a los mercados internacionales, hasta el extremo de ser uno de los grandes exportadores de este producto.

La empresa que dirige José Atanasio trabaja con variedades muy determinadas de calibre más pequeño como Ricura o Bravura, debido a que "es lo que demanda el mercado europeo en piel de sapo", apunta José Atanasio.

El Monarca es la firma que más enfoca su actividad hacia la exportación con la piel de sapo. De las 14.000 toneladas de piel de sapo que comercializó la empresa el ejercicio 2014, el 85 por ciento fueron a los mercados internacionales.

Actualmente, opera con 300 hectáreas entre Murcia y La Mancha de mayo hasta septiembre.

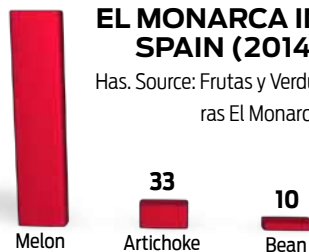
Supermercados. La empresa El Monarca se caracteriza por centrarse en las cadenas de supermercados y el factor 'low cost' para poder responder a cualquier perfil de cliente. De hecho, el fuerte de la empresa es la actividad con los discount europeos.

Su dinámica de empresa le permite trabajar cualquier tipo de confección en piel de sapo gracias a que cuenta con tres puntos de confección y durante la presente campaña ha incorporado un calibrador electrónico de peso para cumplir con las demandas de las cadenas.

El crecimiento corporativo de la empresa responde al desarrollo de otras categorías durante los meses de invierno. La empresa está apostando por la alcachofa y lo hace con un novedoso flow-pack de cuatro piezas con un peso de un kilo por bandeja, que ha desarrollado el nuevo departamento de I+D. ♦

300 SURFACE CROP EL MONARCA IN SPAIN (2014)

Has. Source: Frutas y Verduras El Monarca.





María Vicente, head department R+D, shows the packaging of the artichokes.

THE TOAD SKIN
MELON FOR
EXPORT IS ITS
PRODUCT OF
REFERENCE AND
NOW IT HAS
INCORPORATED
THE ARTICHOKE
IN AN INNOVATIVE
PACKAGING OF
FOUR PIECES.

Frutas y Verduras El Monarca is in phase of corporative growth as a result of the increase of its product catalogue and its new links towards the European distribution. The attention of this company of Murcia is focused on the production and commerce of the toad skin melon for the international markets, up to a point of being one of the great exporters of this product.

The company which manager is José Atanasio is working with particular varieties of smaller size like Ricura or Bravura, because "it is what the European market in toad skin demands", José Atanasio affirms.

El Monarca is the company which activity is more focused on export with the skin toad. 85 per cent of the 14,000 tons of toad skin commercialized by this company in the year 2014 went to the international markets.

At the moment, it is working in 300 hectares between Murcia and La Mancha from May to September.

Supermarkets. The main characteristic of the El Monarca company is to focus on the chains of supermarkets and the "low cost" factor to be able to respond to any type of customer. In fact, the strength of the company is the activity with European discounts.

The work philosophy of this company has allowed it to work any type of preparation in toad skin thanks to the fact that it counts on three places of manufacturing and during the present campaign it has incorporated an electronic sizing machine to fulfil the demands of the chains.

The corporative growth of the company responds to the development of other categories during the months of winter. The company is betting on artichoke with a newness flow-pack of four pieces with a weight of a kilo by tray developed by the new department of R+D.

The company has a surface of 33 hectares that supplies 700,000 kilos. It has also 10 hectares of bean. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Artichoke												
Bean												
Piel de Sapo Melon												

ESCAROLA / CURLY ENDIVE

OFERTA

- La superficie de escarola se ha quedado frenada por debajo de las 380 hectáreas, a pesar del interés de muchos operadores de referencia de buscar alternativas a la lechuga iceberg.
- El desarrollo superficial de escarola no ha sido el deseado porque los productores de Murcia han desviado parte de su oferta a Andalucía y el Sur de Alicante, pero la dinámica de los próximos años es que esta referencia y todas las alternativas a la lechuga iceberg se incrementen.

COMERCIO

- La escarola se suma a la dinámica y experiencia de las empresas de Murcia en ser especialistas en el trabajo de la hoja y aumentan paulatinamente sus exportaciones.
- El incremento se ve apoyado por el interés de las grandes firmas de buscar alternativas a la lechuga iceberg y la escarola y otro tipo de hojas ven incrementar sus cifras.

CROP

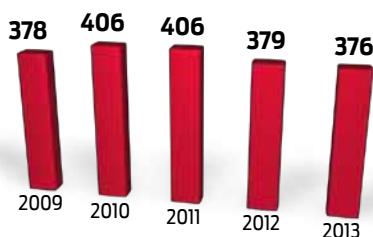
- The agricultural area of the endive has been slowed down below 380 hectares in spite of the interest of many reference traders to look for alternatives to iceberg lettuce.
- The development of the agricultural area of endive has been lower than expected because of growers from Murcia have diverted a part of its supply to Andalusia and South of Alicante, but this vegetable and other alternatives to iceberg lettuce will be increased the next few years.

TRADING

- Endive joins the dynamics and experience of the companies from Murcia because they are specialised on the leafy vegetables and increase gradually the export.
- Increase is supported by the interest of the large firms to look for alternatives to iceberg lettuce and endive and another type of leafy vegetables that are increasing their figures.

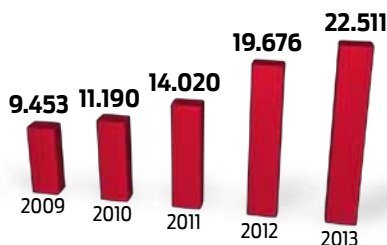
AREA CURLY ENDIVE MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT CURLY ENDIVE FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



Nueva alhóndiga



Otra opción para vender sus productos



Autovía Lorca-Aguilas
Salida Purias Centro
30813 Lorca (Murcia)
Tlf. 691 114 528

agromercaciudadelsol@gmail.com



HORTIBERIA

Agricultural Group

LA COMERCIALIZADORA SE HA ESPECIALIZADO EN TRABAJAR EL CANAL DE LOS MAYORISTAS UE Y MERCADOS COMO AFRICA, LATINOAMÉRICA O ASIA. CONTEMPLA 50 REFERENCIAS GRACIAS A SUS NUEVE SOCIOS PRODUCTORES.

Hortiberia es actualmente el operador ubicado en Murcia con la mayor cartera de productos posible, gracias a sus socios productores -Agrasa, Agromark, Miguel Parra e Hijos, Campo de Lorca, Blancasol, Procomel, Olé, Grupo Castillo y San Cayetano-, que le permiten contemplar un portafolio de más de 50 referencias con líneas tanto en hortalizas, fruta de hueso, fruta de pepita y tropicales.

La empresa basa su estrategia en el servicio y en la versatilidad de sus pedidos, ya que se ha especializado en proveer al segmento mayorista, canal Horeca, comercio tradicional y mercados alternativos.



De hecho, el grupo ya realiza operaciones de ultramar durante las 52 semanas a diferentes destinos de Asia, Africa y Latinoamérica. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Apple												
Apricot												
Artichoke												
Aubergine												
Avocado												
Broccoli												
Cabbage												
Cauliflower												
Carrot												
Celery												
Cherimoya												
Cherry												
Colrabbi												
Courgette												
Cucumber												
Easy peelers												
Fennel												
Garlic												
Grape												
Grapefruit												

THIS COMPANY HAS FOCUSED ON WORKING WITH WHOLESALERS IN EU AND MARKETS SUCH AS AFRICA, LATINA AMERICA OR ASIA. THE FIRM INCLUDES 50 PRODUCES THANKS TO NINE PARTNERS THAT ARE GROWERS.

Currently, Hortiberia is the trading company located in Murcia with the largest portfolio of produce thanks to their grower partners --Agrasa, Agromark, Miguel Parra e Hijos, Campo de Lorca, Blancasol, Procomel, Olé, Grupo Castillo y San Cayetano -, that let the company to have a portfolio with more than 50 products in vegetables, stone fruit, top fruit and tropical fruits.

The company bases on its strategy in service and versatility of their orders, since it has specialized in providing to wholesale sector, Horeca and traditional and alternative markets. In fact, the business group has already done commercial transactions from overseas for 52 weeks to different destinations in Asia, Africa and Latin America.

Under the leadership of the manager José María Morote, Hortiberia (activity began in 2001) is positioned as a partner outside of the European

chains. One of the key 'focus' has been the work with German wholesalers, which "has forced us to specialise setting up groups and close commercial transactions by pallets and not always by trucks. It is usual to complete a loading up to eight different products", says Morote.

Projection. The company unites its future seeking market niches markets both in Europe and outside of it and looks toward other places, as North and Centre of Africa or Latin America, "because there is a target audience for a number of references and sizes that we work in Hortiberia", says the manager.

The company not only sells fruits and vegetables from Spain, but that has also opened to import products, mainly in tropical fruits, and including avocado and mango for 12 months. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Kaki												
Lemon												
Lettuce												
Mango												
Melon												
Mispel												
Nectarine												
Onion												
Orange												
Peach												
Pear												
Plum												
Pointed cabbage												
Pomegranate												
Potato												
Romanescu												
Sweet pepper												
Tomato												
Watermelon												

ESPINACA/SPINACH

OFERTA

- La espinaca se convierte en una de las opciones para las empresas productoras que buscan alternativas a la lechuga iceberg. Su evolución ha ido al alza tanto para procesado como para fresco.
- El desarrollo de la espinaca se encuentra en manos de las empresas que trabajan tanto líneas de IV gama como empresas que apuestan por la I gama en hoja.

CROP

- Spinach becomes one of the options for the manufacturing companies that are looking for alternatives to iceberg lettuce. Its evolution has been raising both processing industry and fresh consumption.
- The development of the spinach is in hands of companies that work both fresh-cut sector and companies committed with leafy vegetables.

COMERCIO

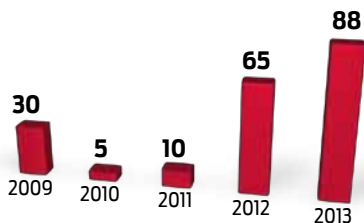
- Murcia acapara en la actualidad el 60 por ciento de las exportaciones de espinaca. Se ha convertido en la referencia en tan sólo tres años, ampliando los canales comerciales de este producto.
- Las empresas exportadoras de Murcia han aprovechado su cartera de clientes para introducir esta referencia en los mercados internacionales. Las empresas de Murcia han introducido con cierta facilidad su espinaca entre los clientes británicos, con los que ya mantienen una larga relación en productos para IV gama y en diferentes productos de hoja.

TRADING

- Currently, Murcia concentrates 60 per cent of spinach exports. It has become in the reference in just three years, expanding the trading channels of this produce.
- Exporting companies from Murcia have taken advantage their customer portfolio in order to introduce this produce on international markets. Companies from Murcia have easily introduced their spinach between British customers with whom have a large relationship with produce for fresh-cut and different leafy vegetables.

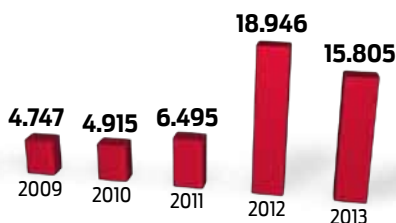
AREA SPINACH MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT SPINACH FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



FROM MURCIA
WE BRING **TO EUROPE**
FRUIT AND VEGETABLES
EVERYBODY WISHES



WE KEEP WORKING
**HEADING TO
EUROPE**



www.hortiberia.es

olé!

CRICKET

el Abuelo
de las melones

Blancasol

Calazul

Swing



MIGUEL PARRA
E HIJOS, S.A.

Agromark
Fresh Produce Spain Spain





EL MELÓN PIEL DE SAPO CON LA MARCA 'MI VIEJO' ES EL PRODUCTO MÁS RECONOCIDO DE SUBASUR, AUNQUE EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS HAN CRECIDO EN POSICIONAMIENTO EN BRÓCOLI Y CALABACÍN, PRODUCTO QUE DESARROLLA DURANTE LOS 12 MESES.

Subasur ha crecido como empresa en los dos últimos años y lo ha hecho de manos del melón piel de sapo –su producto de referencia–, el brócoli y el calabacín. En estos tres productos la empresa ha ampliado su calendario e incluso en melón con partidas del Hemisferio Sur y Senegal, gracias a los acuerdos comerciales que contempla con sus socios productores.

El melón piel de sapo bajo la marca 'Mi Viejo' es el producto más reconocido en el mercado. La empresa que dirige Francisco García, realiza una estrategia marquista con este producto en el mercado español, siguiendo los protocolos de los marquistas españoles en melón piel de sapo y siempre cuando alcanza los 15 grados Brix de azúcar.

La campaña española de melón piel de sapo aborda desde mayo hasta octubre con producción propia en la Región de Murcia y se muestra espe-

cialmente activo en los meses de marzo y abril con melón de Senegal.

Pero donde la empresa más ha crecido en volumen en los dos últimos años ha sido en brócoli y en calabacín. La campaña de brócoli ha ganado dos meses de oferta hasta el mes de mayo y la de calabacín ya está presente durante los 12 meses con plantaciones propias y de socios externos.

Además de estas categorías, Subasur tiene en la alcachofa y el pimiento Lamuyo dos productos de importancia. La alcachofa es junto al melón Piel de Sapo el producto más importante en volumen y el pimiento Lamuyo se desarrolla de marzo hasta octubre para satisfacer las demandas del mercado español.

'Target' de clientela. Subasur gestiona sus operaciones comerciales como subasta con programación de cultivos para que el equilibrio oferta-demanda no se quiebre. "Este sistema de subasta programada nos permite estar en el mercado con producto en los meses más complicados y reducir nuestra presencia en los meses de sobreoferta", señala María Angeles García Abellán, del departamento comercial de Subasur.

La empresa ha centrado su 'focus' de clientela en el segmento mayorista, pequeños supermercados y cadenas de fruterías. ♦





Francisco García, manager Subasur.

THE TOAD SKIN MELON WITH THE BRAND “MI VIEJO” IS THE PRODUCT MOST KNOWN OF SUBASUR, ALTHOUGH IN THE LAST BOTH YEARS COURGETTE AND BROCCOLI HAVE INCREASED, THE LAST ONE GROWN DURING THE 12 MONTHS.

Subasur has grown as company in both last years and its product of reference is the toad skin melon –, broccoli and courgette. The calendar of these three products of the company has grown and even in melon with sendings of the Southern Hemisphere and Senegal, thanks to the trade agreements with their producing partners. The toad skin melon brand “Mi Viejo” is the product most recognized in the market. The strategy of this company, managed by Francisco García, is the brand of this product in the Spanish market, following the protocols of other Spanish brands in skin toad melon and always when the 15 sugar Brix degrees are reached. The Spanish campaign of the toad skin melon is from May

to October with own production in the Region of Murcia and it is especially active in the months of March and April with melon from Senegal.

But in the last both years the most important growth of volume of the company has been broccoli and courgette. The campaign of broccoli has gained two months of supply until the month of May and courgette is already present during the 12 months with own and partners supply.

Besides these products, artichoke and long pepper are two important products. The artichoke and toad skin melon are the most important products in volume and pepper is grown from March to October to satisfy the demands of the Spanish market.

“Target” of customer. Subasur manages its commercial operations as auctions planning crops so that the balance supply-demand does not become broken. “This system of planned auction allows us to be in the market with product in the most complicated months and to reduce our presence in the months of excess offer”, María Angeles García Abellán, from the commercial department of Subasur, explains.

The company has centred its “focus” on customers in the wholesale segment, small supermarkets and chains of greengrocers. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Broccoli												
Courgette												
Artichoke												
Lamuyo pepper												
Piel Sapo Melon												
Bean												

LECHUGA/LETTUCE

OFERTA

- La diversificación varietal por parte de los grandes operadores y la recuperación de la lechuga iceberg por parte de productores de perfil medio y pequeño han permitido un incremento de la superficie de hoja en los últimos años.
- La hoja ya suma más de 10.500 hectáreas en Murcia con la lechuga iceberg como protagonista. Han sido los pequeños productores los que han impulsado la superficie de lechuga en Murcia, al ocupar el vacío dejado por los grandes operadores de hoja.

COMERCIO

- Murcia acapara el 70 por ciento de las exportaciones de lechuga en España y sigue dibujando una tendencia al alza acercándose a las 500.000 toneladas con el Reino Unido como el destino de referencia.
- El incremento de las cifras exportadas responde a la entrada de nuevos destinos que han visto incrementar sus demandas en los últimos años de gamas especiales y de otras líneas de lechuga como la romana o la little gem.

CROP

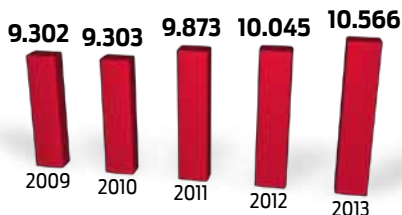
- The diversification of varieties by the large traders and the recovery of iceberg lettuce by growers with a small and medium profile have allowed an increase in the leafy area last years.
- Leafy vegetables have an area of 10,500 hectares in Murcia, pointing out iceberg lettuce. Small growers have stimulated the lettuce area in Murcia due to the void left by the large leafy traders.

TRADING

- Murcia reaches 70 percent of lettuce export in Spain and still drawing an upward trend around 500,000 tons with the United Kingdom as the main destination.
- The increase of the figures exported meets to new destinations that have increased the demand last years with special varieties and other type of lettuces, as Romana or little gem.

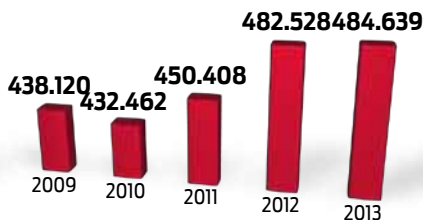
AREA LETTUCE MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT LETTUCE FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





AGRÍCOLA AGUILEÑA S.A.T. 1.179

Producción propia
Own crop



Nuevas referencias
New references



Cultivo de primor
Quality crop



C/ José Jiménez Ruano, 47
30880 Aguilas (Murcia)
Telf. +34 968 49 32 18 - Fax +34 968 44 73 21.
Email: exporta@agrasa.com



Alimer

ALIMER ES UNA EMPRESA EXPERTA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SANDÍA Y MELÓN, FRUTA DE HUESO Y ESPECIALISTA EN PRODUCTOS DE HOJAS Y OTRAS HORTALIZAS, CON UN CONTINUO DESARROLLO DE VARIEDADES QUE LES PERMITE OFRECER UN PRODUCTO ALTAMENTE DIFERENCIADO.

Su comercialización, más de 125.000 toneladas con una superficie de cultivo superior a las 5.000 hectáreas, la sitúan como una de las empresas productoras hortofrutícolas más importantes de España. Además, la elevada calidad de su género, obtenido gracias a su inversión en I+D+i y a una mano de obra altamente cualificada, les ayuda a contar con una posición de liderazgo en servicio y disponibilidad garantizada por altas exigencias de calidad contrastadas durante sus más de 25 años de actividad productora y comercializadora.

Alimer es líder en la producción propia del cien por ciento de sandía con más de 40.000 toneladas, y de brócoli con 33.000 toneladas que se prolonga durante los 12 meses del año. "Así, Alimer asegura el cumplimiento de los compromisos y algo más importantes el control de la producción integral, con nuestro propio semillero, nuestro propio almacén de suministros, nues-

tros propios asesores de campo altamente cualificados y especializados, y por supuesto nuestros propios canales de comercialización", señalan desde la empresa.

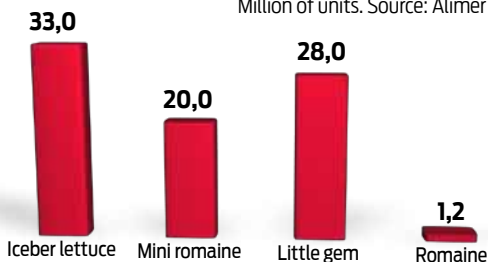
La amplia cartera de producto que comercializa Alimer distinguen a esta firma de la competencia. Así, también pone en escena producto de hoja producto de hoja con un volumen de Iceberg en torno a las 33 millones de unidades; 20 millones de unidades de mini romana; 28 millones de unidades de Little gem en 12 meses de suministro, y en menor medida, romana, coliflor y alcachofas.

Asimismo, "Alimer se implica con los clientes en el desarrollo de estrategias que ayudan a crecer las ventas y por tanto la confianza y satisfacción del consumidor desarrollando conjuntamente proyectos de mejora continua en nuevos productos, nuevas presentaciones, promociones, actividades de venta...", apunta Jesús Abenza, gerente de Alimer. ♦



ALIMER LEAFY CROP

Million of units. Source: Alimer





Jesús Abenza, manager Alimer.



Julián Díaz, chairman Alimer.

ALIMER IS AN EXPERT COMPANY IN GROWING AND TRADING OF WATERMELON AND MELON, STONE FRUIT AND SPECIALISED IN LEAFY VEGETABLES AND OTHER PRODUCE. IN ADDITION, THE COMPANY IS ALWAYS DEVELOPING NEW VARIETIES THAT ALLOW IT TO OFFER A PRODUCE HIGHLY DIFFERENTIATED.

The firm trades more than 125,000 tons and has a crop area with more than 5,000 hectares. With that figures, Alimer is one of the more important companies in Spain that grows fruits and vegetables. In addition, the high quality of its produce is due to the investment in R+D+i and a highly qualified labour. That allows the company has a leadership situation respect to service and availability for high quality requirements contrasted for more than 25 years growing and trading. Alimer leads the own growth: one hundred percent of watermelon with more than 40,000 tons and broccoli with 33,000 tons that is grown all the year. "Alimer ensures its commitment with the customers and an IPM growth with an own nursery, warehouse of sup-

plies, a specialised team highly qualified, and of course our own trading ways", point out from the company.

It is known the large produce portfolio that is sold by Alimer. The company also sells leafy vegetable, as Iceberg with 33 million of units; 20 million of units of mini romaine; 28 million of units of Little gem for 12 months and, to a lesser extent, romaine, cauliflower and artichokes.

Also, "Alimer is involved with customers to develop strategies that help to increase sales and therefore the confidence and satisfaction of the consumer. At the same time, we develop projects to improve new products, new packaging, promotions, trading activities... ", says Jesús Abenza, Alimer manager. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Plum												
Peach												
Nectarine												
Paraguayan												
Apricot												
Broccoli												
Artichoke												
Cauliflower												
Iceberg/Mini romana lettuce												
Little gem												
Special salads												
Watermelon												

MELÓN/MELON

OFERTA

- Murcia vive una fase de inestabilidad en melón motivada por situaciones climatológicas muy anómalas en los últimos años. Los productores no han conseguido encontrar el equilibrio y durante dos años perdieron el umbral de las 4.000 hectáreas y en el 2013 volvieron a recuperarlo.
- El melón piel de sapo ha ganado presencia entre los productores de Murcia y ha perdido presencia las variedades de melón Galia y amarillo.
- Murcia se ha visto beneficiada de la mala gestión del melón Galia y Cantaloup de Almería.

COMERCIO

- Las exportaciones de melón desde Murcia se han incrementado en los dos últimos años y ya se sitúa en el umbral de las 200.000 toneladas. Este incremento responde al 'boom' del melón piel de sapo como producto con expectativas en los mercados internacionales a pesar del descenso del Galia y el amarillo.
- Murcia es hoy la primera región exportadora de melón de la Unión Europea. El volumen de lo exportado supone casi el 50 por ciento de lo que expide Europa.

CROP

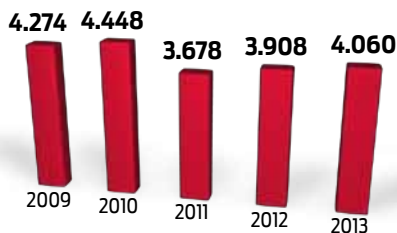
- Murcia is experiencing a time of instability respect to melon due to bad weather in recent years. Growers have not been able to find the balance and for two years lost the threshold of 4,000 hectares and retrieved it again in 2013.
- Piel de sapo melon has gained presence between growers from Murcia and has lost presence Galia and Yellow melon. Murcia has benefited from the mismanagement of Galia and Cantaloupe from Almería.

TRADING

- Melon export from Murcia has increased last two years and it is already on the threshold of 200,000 tons. This increase due to Piel de sapo 'boom' as a product with expectations on international markets in spite of Galia and Yellow decline.
- Currently, Murcia is the first exporting region of melon in European Union. The volume exported means nearly 50 percent of that Europe export.

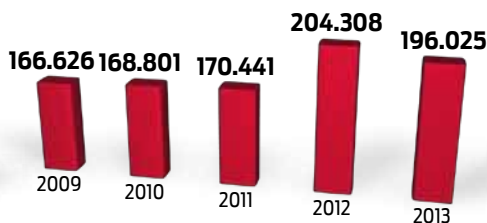
AREA MELON MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT MELON FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



JUNTOS
podemos



Agrobío®
· soluciones biológicas ·

CALIDAD



www.agrobio.es





SOLTIR ES LA PRIMERA EMPRESA ESPAÑOLA EN OFERTA DE PIMIENTO PERO HA SIDO EN BRÓCOLI DONDE SUS NÚMEROS SE HAN INCREMENTADO PASANDO DE 3.000 TNS. A MÁS DE 11.000 TNS EN TRES AÑOS.

Soltir es hoy la primera empresa en volumen de pimiento en la Región de Murcia. Su trayectoria ha sido ascendente y ha ido ganando espacio a otros grupos con más tradición. La empresa cerró 2014 con más de 35.000 toneladas de pimiento de los que casi 8.000 toneladas de pimiento corresponden a California.

Es precisamente el segmento California "el que más está creciendo en nuestra empresa a un ritmo de un 10 por ciento anual desde el año 2012 en detrimento del Lamuyo", señala Angel García, gerente de Soltir.

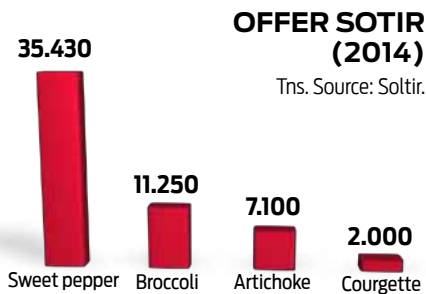
Esta dinámica de crecimiento se debe a "la presencia de más ventanas y opciones de clientela del California que del Lamuyo. De hecho, con el pimiento California ya realizamos operaciones en destino final", añade García.

Y aunque el pimiento Lamuyo ha ido retrocediendo en los últimos años, siguen liderando la oferta de este producto en España con 27.000 toneladas.

Además del pimiento, el brócoli es la referencia que más ha crecido en la cartera de productos de Soltir, pasando de las 3.000 toneladas en 2012 a las 11.250 toneladas en 2014. El incremento del brócoli ha ido en detrimento del calabacín y, sobre todo, de la alcañofa, de la que disponen de 350 hectáreas para la campaña 2014-2015.

Destinos. Soltir es hoy la suabasta más importante de Murcia y su cartera de clientes se centran en las empresas exportadoras y comercializadoras españolas, aunque el departamento comercial de Soltir ha ido incrementando su posicionamiento.

España es el cliente más importante para Soltir, pero la empresa ya trabaja con otros tres destinos como Francia, Italia y Portugal. Los mayoristas se posicionan como los clientes de referencia pero las cadenas de supermercados han ido ganando presencia en el 'target' de clientela. ♦





Antonio Galindo, chairman Soltir.

SOLTIR IS THE FIRST SPANISH COMPANY WITH THE LARGEST SUPPLY OF PEPPER BUT BROCCOLI HAS INCREASED THE FIGURES FROM 3,000 TONS TO MORE THAN 11,000 TONS IN THREE YEARS.

Currently, Soltir is the first company respect to supply of pepper in Murcia. Its entrepreneurial trajectory has been ascendant and has gained ground to other traditional companies. The company finished 2014 with more than 35,000 tons of pepper which almost 8,000 tons of pepper was blocky pepper.

Blocky pepper sector is "the most is growing in our company with a rate of 10 percent per year from 2012 to the detriment of Lamuyo," says Ángel García, manager of Soltir.

This dynamic of growth was due to "more presence of sale and customer interested in California more than Lamuyo. In fact, we already make trading transactions with California pepper in final destination", adds García.

And although Lamuyo has gone back last years, it is still leading the supply in Spain with 27,000 tons. Apart from

pepper, broccoli is the vegetable with more growth in produce portfolio from Soltir, from 3,000 tons in 2012 to 11,250 tons in 2014.

The increase of broccoli has been to the detriment of courgette and, particularly, with artichoke, which have 350 hectares for 2014-2015.

Destination. Currently, Soltir is the most important auction in Murcia and their customers are focused on exporting and trading companies from Spain, although the commercial department of Soltir has increased its position.

Spain is the most important customer for Soltir, but the company already works with three other three destinations, such as France, Italy and Portugal. Wholesalers are the main customers but supermarkets have gained presence respect to customer 'target'. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Broccoli												
Courgette												
Artichoke												
Lamuyo pepper												
Sweet pepper												
Piel Sapo Melon												
Bean												

PEPINO/CUCUMBER

OFERTA

- La superficie de pepino en Murcia se caracteriza por su inestabilidad. Es utilizada por algunos productores como complemento o alternativa a cultivos más tradicionales, pero las dificultades técnicas de conseguir un producto de primera calidad como el pepino largo, provocan oscilaciones muy pronunciadas.
- Dos empresas –Pozo Sur y SAT Perichán– se posicionan como referencia de este producto en Murcia. Debido al mal ejercicio económico de los dos últimos años, la superficie tiende a disminuir, cerrando 2013 en 132 hectáreas.

COMERCIO

- El grueso del pepino que comercializan los operadores de Murcia acuden al mercado español. Las exportaciones han ido incrementándose en los últimos años por la apuesta de una empresa que ha diversificado su cartera y, entre ellas, con el pepino.
- Murcia sólo supone el tres por ciento de las exportaciones de pepino en España, aunque la dinámica ha sido alcista, gracias a la correcta gestión de las pocas empresas murcianas que operan con este producto.

CROP

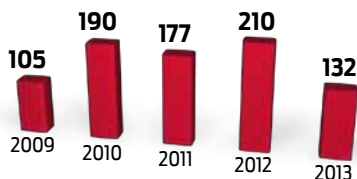
- The cucumber area in Murcia is characterised by the instability. It is used by some growers as a complement or alternative to traditional crops, but the technical difficulties of getting a top quality produce, as long cucumber, cause big fluctuations.
- Two companies –Pozo Sur and SAT Perichán– are placed as a reference of this vegetable in Murcia. Due to bad financial period last two years, the area has a downward trend and reached 132 hectares in 2013.

TRADING

- A large amount of the cucumber that is sold by traders goes to Spanish market. Exports have been increasing in recent years due to the commitment of a company that has diversified its portfolio, including the cucumber.
- Murcia means three percent of exporting of cucumber in Spain, although it has had an upward trend thanks to the good management of few companies from Murcia that work with this vegetable.

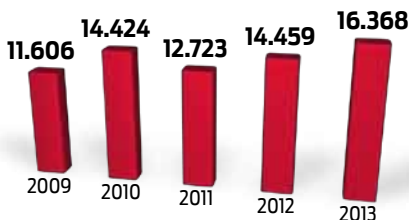
AREA CUCUMBER MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT CUCUMBER FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





¡Pruébalo!
Try it!



www.subasur.com



Agromerca

Ciudad del Sol

LA NUEVA SUBASTA, UBICADA EN LORCA Y NACIDA HACE UN AÑO, SE CENTRA EN BRÓCOLI Y ALCACHOFA EN LA CAMPAÑA DE INVIERNO Y EN MELÓN EN LA CAMPAÑA DE PRIMAVERA Y VERANO.

Agromerca es la última comercializadora en llegar a la Región de Murcia. Esta subasta se centrará en comercializar brócoli como producto de referencia, además de alcachofa, y melón en la campaña de primavera y verano.

La empresa ha invertido dos millones de euros en sus instalaciones, equipadas con 500 metros cuadrados de cámaras frigoríficas y preparado para acoger 400 palets de producto. El brócoli es el producto de referencia y dispondrá de 3.000 toneladas de brócoli para el

presente ejercicio.

La apertura de Agromerca supone “una nueva oportunidad y ventana para el mercado cerca de las plantaciones de brócoli y alcachofa en Murcia”, señala Daniel García Madrid, gerente de Agromerca.

Desarrollo. La empresa se ha puesto como objetivo incrementar la presencia de la alcachofa en la subasta e incrementar la actividad con nuevos clientes del destino español. La empresa mantendrá su estrategia como subasta pura y “no dispondremos de departamento de comercialización para que el cliente no nos vea como competidores”, señala Ginés Vidal, administrador de la sociedad.

En este sentido, “queremos dar a conocer nuestro compromiso hacia los proveedores que traen la mercancía y hacia el cliente que la adquiere, y hacerles saber que los servicios que pongamos en marcha se ajustarán a las necesidades que nos demanden”, apunta Vidal. ♦



Daniel García Madrid
is manager in Agromerca.



Ginés Vidal (left) and Juan Pedro López in the facilities in Agromerca.

THE NEW AUCTION, LOCATED IN LORCA AND FOUNDED A YEAR AGO, IS FOCUSED ON BROCCOLI AND ARTICHOKE DURING WINTER SEASON AND MELON IN SPRING AND SUMMER SEASON.

Agromerca is the last trading company that settled down in Murcia. This auction will focus on trading broccoli as the main produce, apart from artichoke and melon in spring and summer.

The company has invested about two million of euros in its facilities, equipped with 500 square metres with cold storages and ready to collect 400 pallets.

Broccoli is the main produce and the company will have 3,000 tons this year. The opening Agromerca means "a new opportunity and a window for the market close to crops of broccoli and artichoke in Murcia", says Daniel García Madrid, Agromerca manager.

Development. The aim of the company is focused on increasing the presence of the artichoke in the auction and an increase of trading with new customers from Spain. The company will keep its strategy as genuine auction and "we will not have a marketing department to avoid that the customer see us as competitor", says Ginés Vidal, administrator of the company. In this respect, "we want to make known our commitment towards suppliers that bring the goods and the customer that buy it. In addition, let them to know that services implemented by us will be fit with the needs demanded by customer", says Vidal. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Artichoke												
Broccoli												
Melon												

PIMIENTO/PEPPER

OFERTA

- Murcia reduce su superficie de pimiento y lo hace más en Lamuyo que en California. Los productores murcianos ven más posibilidades con el pimiento California al tener más mercados donde venderlo, que con el Lamuyo, muy centrado en España, Portugal, Italia y Sur de Francia.
- La presión de Almería, alargando su campaña de pimiento California, y la conocida de Holanda están condicionando el desarrollo del pimiento en Murcia.

COMERCIO

- Las exportaciones de pimiento California de Murcia sólo suponen el 13 por ciento de las expediciones españolas. Las empresas Surinver, San Cayetano y Hortamira lideran las exportaciones, pero muy condicionadas por la presión de Almería en el inicio de campaña y Holanda en el final de campaña.
- Alemania ha pasado a ser el mercado de referencia para el California de Murcia, dejando a Reino Unido en mercado complementario. No obstante, las exportaciones se han incrementado porque la presencia del California ha ganado superficie en detrimento del Lamuyo.

CROP

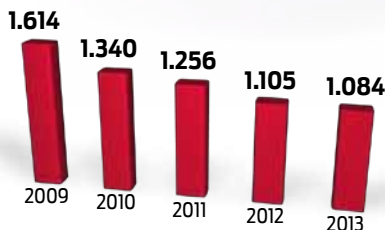
- Murcia reduces the pepper area -more in Lamuyo than California-. The Murcian growers see more possibilities with California pepper because have more markets where sell it than with Lamuyo, which is very focused on Spain, Portugal, Italy and Southern France.
- Pressure from Almeria, prolonging California season, and The Netherlands, have conditioned the development of pepper in Murcia.

TRADING

- California export from Murcia only means 13 percent of Spanish exports. Surinver, San Cayetano and Hortamira are leading export companies, but they are highly influenced by the pressure from Almeria at the beginning of season and at the end of season in The Netherlands.
- Germany has become the main market for California from Murcia, leaving UK in a complementary market. However, exports have increased because California pepper has increased the area to the detriment of Lamuyo.

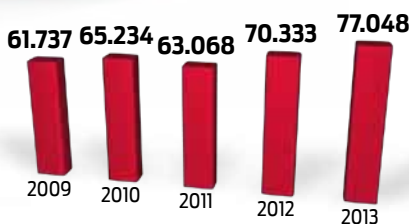
AREA PEPPER MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT PEPPER FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





**Frutas y hortalizas, Lácteos, Flores,
Piensos, Ganadería, Suministros.**



LA EMPRESA HA AMPLIADO SU CATÁLOGO DE PRODUCTOS A LÍNEAS DIFERENTES COMO EL TOMATE INTENSE, DIFERENTES GAMAS DE LECHUGA ROMANA, ROMANESCU O EL COLIRRÁBANO, SIN PERDER SUS REFERENCIAS MÁS IMPORTANTES: TOMATE Y LECHUGA ICEBERG.

Agrasa es una de las empresas que más cambios ha incorporado a su cartera de productos durante 2014-2015. La empresa se había centrado en líneas de tomate y lechuga iceberg, pero ya desde la campaña pasada empezó a apostar por líneas más novedosas y de nichos de mercado.

La firma murciana mantiene su trayectoria en tomates y lechugas, pero con la diferenciación de incorporar referencia de tomate pera, tomate Caniles y tomate Intense.

El tomate es el producto de referencia para la empresa hasta el punto de que lo tiene en cartera durante 11 meses en todos los segmentos. El tomate Intense y el pera Caniles se han convertido en dos productos estratégicos para Agrasa, siendo la empresa uno de los proveedores del Club Intense.

Este tomate se caracteriza para ser ideal para el canal Horeca, al no perder jugo.

Además de estos tomates, Agrasa ha apostado sobremañera por la coliflor y la kohlrabi dentro del segmento de brásicas, una línea de reciente incorporación.

La lechuga mantiene su posición dentro de Agrasa, pero con una menor exposición de la iceberg y una mayor apuesta por las mini-romanas, la romana y la trocadero. Para alargar su ciclo de producción, Agrasa contempla fincas en varias áreas del sureste español –Murcia, Almería y Granada–.

Nuevos destinos. A nuevos proyectos, nuevos destinos. La entrada de nuevos productos en el portfolio han permitido a Agrasa dirigirse a nuevos destinos más focalizados sobre productos como las brásicas. La empresa está desarrollando los mercados de Bélgica y Emiratos Arabes con la nueva gama de productos.

La firma mantiene en la actualidad relaciones comerciales con cadenas de Alemania, Francia, Reino Unido, Polonia, Suiza, Suecia, Dinamarca, Italia, Finlandia y Austria.

La empresa ha abordado una remodelación de su maquinaria en los últimos años y el 90 por ciento de su oferta se confecciona en almacén, donde trabaja con sus tres marcas propias: Agrasa, Mijois y Calazul. ♦





Jose Miguel García, chairman Agrasa.

THE PRODUCTS CATALOGUE OF THE COMPANY HAS BEEN INCREASED TO DIFFERENT LINES AS THE INTENSE TOMATO, DIFFERENT RANGES OF ROMAN LETTUCE, ROMANESCU OR THE KOHLRABI, WITHOUT LOSING ITS MORE IMPORTANT PRODUCTS: TOMATO AND ICEBERG LETTUCE.

Agrasa is one of the companies which product portfolio has increased most during 2014-2015. The company had been centred in lines of tomato and iceberg lettuce, but last past campaign it began to bet on more newness lines and niches of market.

The main products of this company of Murcia have been tomatoes and lettuces, but with the differentiation to incorporate plum tomato, Caniles tomato and Intense tomato.

Tomato is the leading product of the company up to a point of being in its portfolio during 11 months in all the segments. The Intense tomato and the Caniles plum tomato have become into two strategic products for Agrasa, being this company one of the suppliers of the Club Intense.

This tomato is characterized

for being ideal for the Horeca channel because of not losing juice.

Besides these tomatoes, Agrasa has bet enormously on cauliflower and kohlrabi within the segment of cabbages family, a line of recent incorporation.

The situation of lettuce is stable within Agrasa, but with a little less presence of the iceberg lettuce and a bet on the mini-Roman, the Roman and the trocadero lettuces. In order to stretch its production cycle, Agrasa has surface of crops in several areas of the Spanish south-east – Murcia, Almería and Granada.

New destinations.

New projects, new destinations. The introducing of new products in portfolio has allowed Agrasa to reach new destinations with products like the cabbages. The company is developing to the markets of Belgium and Arab Emirates with the new product range.

At present the company has trade relations with chains of Germany, France, United Kingdom, Poland, Switzerland, Sweden, Denmark, Italy, Finland and Austria.

In the last years the company has restructured its machinery and the 90 per cent of their supply is made in manufacturing warehouses, where their three own brands: Agrasa, Mijois and Calazul are manufactured. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cauliflower												
Colrabbi												
Lettuce												
Romanesco												
Tomato												

SANDÍA/WATERMELON

OFERTA

• Murcia ha sido una de las regiones que se ha beneficiado del salto de calidad de la nueva generación de sandías. La superficie pasó de las 1.500 hectáreas en 2009 a superar las 2.100 en 2012, aunque después en 2013 sufrió un freno considerable por liquidaciones bajas de precio.

• La sin pepita se ha impuesto y hoy no se concibe en Murcia a ningún operador que no trabaje con variedades de este tipo.

• Murcia entra en escena cuando Almería finaliza su oferta. Al contrario que con el melón, la calidad de la sandía de Almería contempla un estándar alto.

COMERCIO

• Las fuertes oscilaciones climatológicas que se han vivido en los últimos veranos condicionan las operaciones de la sandía de Murcia. En los cinco últimos ejercicios se han vivido alzas y bajadas de expedición muy significativas por la inestabilidad del verano.

• Murcia es la segunda región exportadora española de sandía y es la que más ha crecido en los últimos años, gracias a la apuesta que han hecho los grandes grupos por apostar por las variedades sin pepita y por su vinculación a grupos como Anecoop y Fashion.

CROP

• Murcia is one of regions that has benefited of the quality of the new generation of watermelons. The watermelon area grew from 1,500 hectares in 2009 to over 2,100 hectares in 2012, although in 2013 suffered a considerable curb because of settlements of low price.

• Seedless watermelon has been imposed and currently there is not any trader in Murcia that does not sell this type of varieties.

• Murcia enters the scene when Almeria ends its offer. In contrast to melon, watermelon quality from Almeria has a high standard.

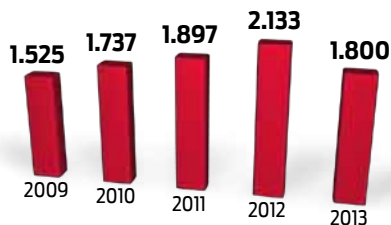
TRADING

• The strong weather changes that have happened last summers have influenced the trading with the watermelon from Murcia. Last five years Murcia has lived very important increase and decrease of exporting due to instability during the summer.

• Murcia is the second Spanish region that exports more watermelon. In addition, it is the one that has grown more in recent years, thanks to the commitment made by large firms that have opted for seedless varieties and for linking to business groups as Anecoop and Fashion.

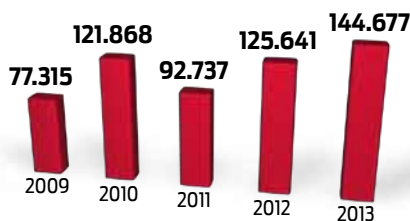
AREA WATERMELON MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT WATERMELON FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.



Servicios diferenciados para hacer crecer su empresa



Activa participación en entidades nacionales e internacionales para defender al sector y darle la mejor información.



Televisión, radio, redes sociales y miles de degustaciones en Alemania, Reino Unido y Austria para promover el consumo de hortalizas (www.wecare.proexport.es).*

Central de Compras de Electricidad



Fuimos pioneros. Rebajamos su factura eléctrica comprando colectivamente en el mercado mayorista de energía.

FRUTICOLES.com
COLEGIOS QUE DISFRUTAN



La web más simpática para que niños, padres y colegios se familiaricen con las frutas y verduras.**



<http://exphorta.proexport.es>



Toda la información sobre fitosanitarios en un solo lugar con el asesoramiento técnico de nuestros ingenieros.



POLINIZAJobs.com
la web del empleo agrotecnológico



Si tiene una oferta de trabajo, este es el mejor lugar en el que encontrar profesionales con talento.

Producción y Mercados



Información de producciones, exportaciones, precios y previsiones para acertar en la toma de decisiones empresariales.



www.masbrocoli.com



Somos socios fundadores y activos participantes de la mejor iniciativa para promover el consumo de brócoli.

Plan de Promoción Exterior



Moscú, Dubai, Berlín, Madrid... donde hay oportunidades de negocio, allí estamos abriendo mercados.***

Deducciones en I+D+i agro



¿Su empresa hace investigación y usted no lo sabe? Le ayudamos a aprovechar la fiscalidad y ahorrar miles de euros

¿QUIERES SABER MÁS SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECEMOS?

Entra en www.proexport.es o llámanos sin compromiso al 968 27 17 79.

* Impulsada por PROEXPORT, Hortyfruta, UE y Gobierno de España

** Premio Naos 2012

*** PROEXPORT es miembro del Comité Organizador de Fruit Attraction



mercagrisa

EL PIMIENTO CALIFORNIA SE CONFIRMA COMO EL PRODUCTO 'GACELA' EN MERCAGRISA Y YA SE ENCUENTRA EN LOS MISMOS NIVELES QUE EL LAMUYO. LA EMPRESA TAMBIÉN HA VISTO CRECER EL CALABACÍN E INCORPORA EL MELÓN PIEL DE SAPO.

La empresa murciana tiene en el pimiento su producto de referencia con una apuesta cada vez mayor al segmento California en detrimento del Lamuyo hasta el punto de que cierra 2014 con el California suponiendo el 40% del total de la producción de pimiento. La empresa está observando como el pimiento California está facilitando la labor comercial y permite abrir más posibilidades de mercado que con el Lamuyo, muy centradas en el mercado español y en exportaciones a Portugal e Italia. Mercagrisa ha visto como el California ha pasado de ser el 25 por ciento de la oferta de pimiento en 2012 al 40% en 2014 y con tendencia al alza en las próximas campañas. De hecho, "la mayor presencia del pimiento California nos permite trabajar con nuevos clientes de la Unión Europea y de España", señala Mariano Zapata, presidente de Mercagrisa.

Mercagrisa está cerca de las 40.000 toneladas, lo que ha supuesto un incremento de la oferta del 10 por ciento con respecto a 2013, centrada en pimiento y en calabacín, una línea "de crecimiento considerable entre los socios de Mercagrisa en cultivos al aire libre", indica Mariano Zapata.

Socios. Mercagrisa dispone de 200 productores-proveedores que abastecen a la subasta de pimiento, brócoli, alcachofa, calabacín y ahora melón Piel de Sapo, como novedad durante la campaña 2014 y la 2015.

Además de los proveedores, la empresa cuenta con una OPFH, formada por 55 socios, y que es base de las operaciones directas de Mercagrisa. Actualmente, las operaciones directas al mercado español y las exportaciones suponen más del 20 por ciento de la oferta que gestiona la empresa. ♦





Mariano Zapata, chairman Mercagrís.

THE BLOCKY PEPPER IS THE 'GAZELLE' VEGETABLE IN MERCAGRISA AND IT ALREADY HAS THE SAME STANDARD AS LAMUYO PEPPER. THE COMPANY ALSO HAS SEEN A GROWTH WITH THE COURGETTE AND HAS ALSO ADDED PIEL DE SAPO MELON.

The pepper is the main vegetable for this company which has more and more a commitment with blocky pepper to the detriment of Lamuyo to what extent that blocky pepper meant 40 percent of the total output of pepper in 2014. The company has noticed how blocky pepper has allowed an increase of the commercial activity and allows the company more possibilities to open market than with Lamuyo, which focused on Spanish market and export to Portugal and Italy. Blocky pepper has grown from 25 percent of the supply of pepper in 2012 to 40 percent in 2014. In addition, it will have an upward trend

next years. In fact, "a large of blocky pepper allows us to work with new customers from European Union and Spain", says Mariano Zapata, manager of Mercagrís.

Customers. Mercagrís has 200 growers-suppliers that supply the auction of pepper, broccoli, artichoke, courgette and now Piel de Sapo melon as a novelty during 2014 and 2015. Apart from suppliers, the company has an OPFH consist of 55 customers which is the base of the trading transactions of Mercagrís. Currently, trading with Spanish market and export mean more than 20 of the supply of the company. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / PRODUCTION CALENDAR												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Artichoke												
Broccoli												
Courgette												
Sweet pepper												

TOMATE/TOMATO

OFERTA

- Murcia ha frenado la pérdida de superficie en tomate tras más de 10 años reduciendo su superficie. Cerró 2013 con más de 2.600 hectáreas. Una vez finalizado el impacto del 'boom' de la construcción, algunos grupos independientes han vuelto a retomar el trabajo sobre el cultivo del tomate.
- La apuesta de Murcia por el tomate se ha diversificado y además de los tradicionales tomates tipo canario –calibre M-, varias empresas han apostado por trabajar líneas como tomate pera Caniles o tomate Intense para el canal Horeca.

COMERCIO

- El incremento de superficie unido a la apuesta por las nuevas tendencias ha favorecido un incremento de las exportaciones. Hoy Murcia cierra 2013 con las mismas exportaciones que 2009.
- El mercado británico es el más importante por la apuesta de algunos exportadores a favor del tomate canario, que es el más demandado en el Reino Unido. No obstante, Francia y Alemania han visto incrementar sus importaciones de tomate de Murcia, en el momento en que se han diversificado las variedades.

CROP

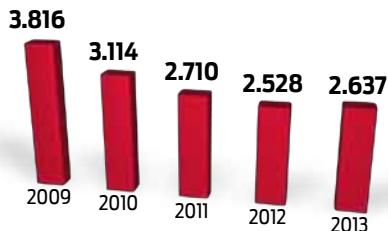
- Murcia has slowed the loss of tomato after more than 10 years reducing the growing area. This region finished 2013 with more than 2,600 hectares. Once finished the impact of the construction 'boom', some independent business groups have returned to grow tomato.
- Murcia commitment with the tomato has been diversified. Apart from traditional tomato, as canario variety –M size-, several companies have opted to grow varieties as Caniles plum tomato or Intense tomato for Horeca sector.

TRADING

- The increase of the growth area joined to a strong commitment for new trends has favored an increase of exports. Currently, Murcia finished 2013 with the same exports as 2009.
- The British market is the most important because of exporters commitment in favor of the canario tomato, which is the most demanded in the United Kingdom. However, France and Germany have increased the tomato imports from Murcia when varieties have been diversified.

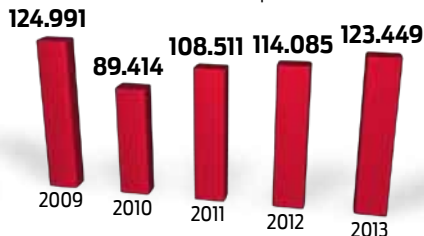
AREA TOMATO MURCIA

Has. Source: Consejería Agricultura Murcia.



EXPORT TOMATO FROM MURCIA

Tns. Source: Fepex.





Grupo Perichán

Diputación Cañada de Gallego, s/n
30876 Mazarrón (Murcia-España)

Teléfono: 968 15 88 12

Fax: 968 15 88 10

www.perichan.com



proexport

Frutas y Hortalizas de Murcia•España

ESTA ASOCIACIÓN
AGLUTINA A MÁS
DE 50 EMPRESAS
Y COOPERATIVAS
LÍDERES EN LA
EXPORTACIÓN DE
FRUTAS Y HORTA-
LIZAS EN LA RE-
GIÓN DE MURCIA.
SUS ASOCIADOS
COMERCIALIZAN
POR ENCIMA DEL
MILLÓN DE TONE-
LADAS.

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) es el principal foro de encuentro y cooperación para los actores del sector agrario español más dinámico.

Organizaciones de productores, empresas hortofrutícolas, cooperativas, alhóndigas y consorcios de exportación encuentran en Proexport el conocimiento global, el asesoramiento profesional y la representación internacional necesaria para enfrentar los retos que clientes y consumidores nos demandan.

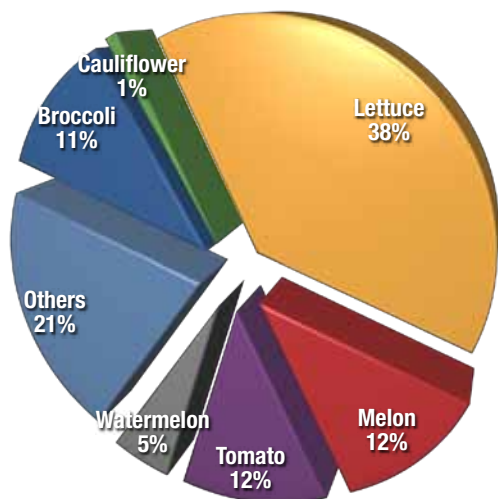
Desde una gran especializa-

ción hortícola de liderazgo en España, nuestros asociados diversifican y amplían las variedades y productos que cultivan cada año, comercializando más del millón de toneladas de verduras y frutas en 42 países.

Cuestión de confianza. Somos productores en quienes se puede confiar. Producir alimentos para millones de familias supone una gran responsabilidad. Por eso desde Proexport trabajamos con nuestros agricultores y empresas para lograr la mejor calidad y sabor de nuestros productos, con la máxima seguridad alimentaria y todo el respeto a nuestros trabajadores y al entorno natural.

Sentimos pasión por la agricultura. Una pasión transmitida de padres a hijos, generación tras generación, que nos anima a superarnos cada día para ofrecer lo mejor de nosotros y de nuestros campos a cadenas de distribución, importadores, mayoristas y operadores del sector hortofrutícola. Gracias por confiar en nosotros.

(Más información en www.proexport.es). ♦



EXPORT OF PROEXPORT (2011-2012)

Source: Proexport.

THIS PARTNER-
SHIP BRINGS
TOGETHER
MORE THAN 50
COMPANIES AND
COOPERATIVES
LEADING IN EX-
PORT OF FRUITS
AND VEGETABLES
IN THE REGION
OF MURCIA. ITS
PARTNERS MAR-
KET BY OVER ONE
MILLION OF TONS.

The Association of Fruit and Vegetable Growers-Exporters in the Region of Murcia (Pro-export) is the main forum of meeting and cooperation for professionals of the most dynamic Spanish agricultural sector.

Producer organizations, fruit and vegetable companies, cooperatives, alhóndigas and export consortia find in Proexport global knowledge, professional advice and international representation needed to confront the challenges that customers and consumers are demanding of us.

From a great horticultural specialization of leadership in Spain, our partners diversify and expand the varieties and products that are grown each year, marketing more than a million of tons of vegetables and fruits in 42 countries.

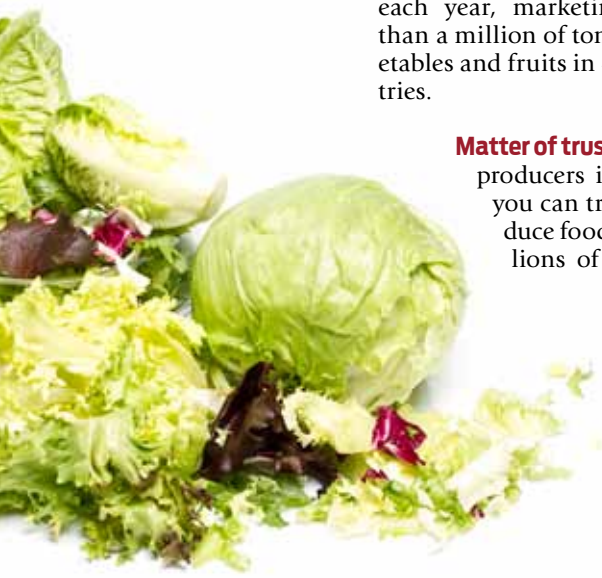
Matter of trust. We are producers in whom you can trust. Produce food for millions of families



Fernando P. Gómez,
general manager of Proexport.

is a big responsibility. Proexport works with their farmers and companies to achieve the best quality and taste of the products, with the maximum food safety and the respect for their workers and natural environment.

We are passionate about agriculture. A passion transmitted from parent to children, generation after generation, that encourages us to improve ourselves every day to offer the best of ourselves and our fields to distribution chains, importers, wholesalers and marketers of the fruit and vegetable sector. Thank you for trusting us. (More information in www.proexport.es) ♦



Las dos vías de la empresa de Murcia

Murcia está siendo testigo de las diferencias que hay para la empresa ir por las autopistas del desarrollo y la evolución o por los caminos del 'low cost'. No quedan tan lejos los años en donde las empresas de Murcia iniciaban guerras de precios por posicionarse entre la clientela y ganar cuota de mercado a costa de su estado financiero.

Atrás quedan las empresas que se quedaron por el camino. Fueron varias y de peso. Hoy hay empresas que han optado por un camino más de valor, aunque sin perder el sentido de que manejan productos perecederos. Empresas como El Dulze, Procomel o Campos de Lorca desde la innovación; Gs España, Hortiberia o Alimer desde la diversificación de producto; Soltir, Subasur, Agromerca o Mercagrisa desde el servicio sin perder la vista a las tendencias de la demanda; Pozo Sur o El Monarca desde la gestión de costes y la confección en directo o Perichán, GH Paloma y Agrasa desde el desarrollo varietal, y algunas pocas más se han proyectado por encima de la media en los últimos años.

Otras muchas quedan demasiado expuestas al capricho del clima o a la suerte, un elemento que da la fortuna a unos pocos. ♦

The two ways of the company from Murcia

Companies from Murcia are being a witness of the differences between development and evolution or the 'low cost' sector. Not too many years ago, companies from Murcia began a price war because they wanted to gain market share at their financial situation expense.

Some companies left behind. Some of them were very important on agricultural sector. Nowadays there are companies that have opted for a different way with more value, although without losing the sense that they are working with perishable produce.

Companies such as El Dulze, Procomel or Campos de Lorca, always from the innovation; Gs España, Hortiberia or Alimer, from the diversification of the produce; Soltir, Subasur, Agromerca or Mercagrisa, from the service without losing sight of the new demand trends; Pozo Sur or El Monarca, from cost management and live packaging; or Perichán, GH Paloma and Agrasa, from development of varieties. Few more companies have worked above-average in recent years.

Other companies are too exposed to the weather or the fate, an element that gives luck only a few firms. ♦



mercagrisa

www.mercagrisa.com

Carretera Sucina-Paraje de Los Arocas. Tel. +34 968 33 41 41. Fax: +34 968 33 41 33
SAN JAVIER - MURCIA - SPAIN. Email: info@mercagrisa.com

endulza tu día

