

No 19
Diciembre 2018



fito



fito
NEWS

EL EDITORIAL

En Fitó estamos llevando a cabo numerosas iniciativas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y hacer que, a través de la semilla, sus negocios sean más rentables. Este propósito sólo puede conseguirse si las personas que integran la organización son buenas, es decir, si las organizaciones logran desarrollar las competencias o habilidades de sus empleados. ¿Pero, cuáles son esas competencias?

Nuestro mundo es muy dinámico y cambia rápidamente. Por ello y para adaptarse a las distintas circunstancias, las organizaciones deben gestionar el talento. Los que defienden esta postura opinan que la competencia más valiosa en un empleado debería ser el aprendizaje: debemos aprender a aprender, aprender a emprender, aprender a innovar, a investigar y a olvidar.

Por otro lado, en Semillas Fitó tendemos a remarcar que nuestro negocio es cíclico. Año tras año se repiten las campañas, pero aun así hay veces que tropezamos repetidamente con los mismos obstáculos. En estas situaciones, la competencia que más se valora es la excelencia en la gestión de los recursos.

Así pues, dependiendo del contexto en que se encuentre la organización, se requiere que apliquemos unas competencias u otras, pero debemos desarrollar el máximo de habilidades para gestionar eficientemente cualquier situación.

Un buen gestor de procesos o proyectos va a tener siempre un ojo puesto en los recursos. Éstos son finitos y usarlos mal nos puede llevar a la ruina. Hay que ser eficientes, pero los Darwinianos aseguran que la eficiencia lleva a la extinción. Cuando una especie evoluciona hasta adaptarse de forma perfecta al medio, si ese medio cambia, la especie se extingue. Llevando este símil a las empresas, no renovarse sería morir.

Sin embargo, Tesla, el inventor - entre otras cosas - del motor eléctrico de corriente alterna, murió arruinado. Decía Edison que Tesla era el mejor ingeniero que había conocido, pero no era capaz de llevar sus ideas al mercado. En términos Darwinianos, Tesla tenía una excelente capacidad de adaptarse al medio, pero nunca se adaptó a ninguno. Así que una buena investigación, que nos dé una invención, también debe tener en cuenta los recursos para poder ser sostenible.

Con todo esto, para que Semillas Fitó siga satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, debemos mantener un equilibrio entre mejorar una y otra vez los procesos para llegar a la excelencia, y la capacidad de volverlo a cambiar todo para hacerlo mejor. Es decir, debemos buscar la excelencia en nuestro trabajo y seguir aprendiendo nuevas maneras de hacer las cosas.

PROXIMIDAD

AGROGLOBAL: UNA APUESTA DE ÉXITO

Consolidamos nuestra presencia en la feria Agroglobal de Portugal, un evento referente en el sector.

Agroglobal es la mayor feria agrícola de Portugal y cuenta con la presencia de todo el sector de una forma 100% profesional. Se trata de una de las ferias agrícolas más populares debido a su formato dinámico e interactivo, ya que cuenta con una vertiente práctica mediante demostraciones de campo en la riba del río Tajo.

La feria se celebró del 5 al 7 de septiembre en Valado Ribatejo, una población a 80 km al norte de Lisboa. Semillas Fitó, además de ser expositor como la edición anterior, esta vez también participamos como patrocinador oficial del evento.

Portugal es una zona relevante para la división de Gran Cultivo. Nuestra presencia en la feria nos permitió aumentar nuestra red de contactos, reforzar nuestra imagen de marca y comunicar nuestro principal objetivo: ofrecer soluciones al agricultor para aumentar la rentabilidad de su explotación.

En el marco del evento se presentaron las novedades de maíz de este año: Hatay, Altamira, Portbou y Ubeda; además de nuestras variedades más potentes como Sagunto, Temuco y las fórmulas forrajeras Fitómix. También se presentaron las Fitó Agronomic Solutions y nuestra tecnología Fitó Care para el tratamiento de semillas.

Los agricultores de la zona despertaron mucho interés por Fitó y quedaron muy satisfechos con nosotros. “Yo tenía idea de que iba a ir bien, pero fue aún mejor. De acuerdo con el feedback que recibimos de los clientes y agricultores que visitaron la feria, superamos las expectativas”, comenta Luis Hilario, técnico comercial del Sur de Portugal.



FITÓWEEK 2018

Presentamos nuestra gama de variedades hortícolas en España y Hungría.



Otro año más organizamos la FitóWeek, un evento celebrado paralelamente en el Campo de Cartagena (Murcia) y en Budapest. Esta acción, que tiene lugar en el mes de julio, nos permite mostrar a nuestros clientes y a los diferentes agentes de la cadena agroalimentaria las nuevas variedades comerciales y aquellas que se encuentran en una fase pre-comercial.

En el Campo de Cartagena tuvimos la oportunidad de dar a conocer nuestra amplia gama de melón y las nuevas variedades en Piel de Sapo para Murcia y La Mancha, entre las que destacaron Ceferino y las propuestas para exportación con calibres más pequeños de entre 1,8 y 2 kg.

También contamos con novedades en Cantaloup, con Loire, y en amarillo con Robledo.

Por el stand, situado a pie de campo, pasaron agricultores y corredores nacionales y los responsables de frescos de las principales cadenas de retail. Además, contamos con la vista de productores de Costa Rica y Brasil, zonas en las que somos líderes gracias a Goldex, nuestra variedad estrella en el segmento de melón Amarillo.

A la cita también acudieron compañeros del departamento Comercial y de Desarrollo del resto de España, Portugal, Francia, Italia, Marruecos, Turquía, Oriente Medio, México, Chile y Brasil. Este foro nos permitió compartir las principales inquietudes del segmento y debatir sobre las tendencias de mercado.



Equipo comercial de Fitó con clientes de la zona.



Por su parte, la FitoWeek europea cambió de ubicación tras cuatro años consecutivos en Serbia, hogar de Igor Jozic nuestro Área Manager en la zona. En esta edición se apostó por un nuevo escenario para demostrar el buen comportamiento de nuestra genética varietal en distintos terrenos, climas y condiciones. Budapest se convirtió así en la ciudad de acogida del evento, dirigido principalmente a clientes de Europa del Este.

Durante tres días tuvimos la oportunidad de reunirnos con nuestros distribuidores en la zona, que engloba 12 países, para evaluar y alinear nuestra estrategia de negocio y la situación del mercado del Centro-Este de Europa.

Tras un intenso día de reuniones con nuestros partners, los asistentes visitaron el campo de ensayo en Bokros, a 140 km de Budapest. En la estación pudieron conocer nuestras variedades estrella y las apuestas en calabacín, tomate, pimiento, melón, berenjena y pepino. Entre ellas destacaron las especies de pimiento y tomate, cultivos estratégicos para el crecimiento del sector en el Centro- Este de Europa.



Equipo comercial de Fitó con clientes del Centro y Este de Europa.

EL MELÓN MANCHEGO LÍDER DE LA IV EDICIÓN DE FERMIEL

Manchego, nuestra variedad líder en melón Piel de Sapo en La Mancha, ganó de nuevo El Concurso Profesional de Catadores de Melón que organiza la Feria.



Vasco Vital y José Antonio Zafra de Fitó junto al alcalde de Membrella Manuel Borja, su primer teniente Carlos Martín y la concejala Gloria Márquez; Lola Merino (presidenta de la AMFAR); Mariani Fuentes (presidenta de Promelón) y Carlos Maldonado (ganador de Masterchef 3).

Según indicaron los jueces y agricultores de la zona, Manchego destaca por su buena comida y su producción homogénea adaptada a todo el ciclo de Castilla-La Mancha, tanto en trasplantes tempranos y medios como en tardíos.

Durante la feria, que tuvo lugar del 2 al 4 de agosto en Membrella, recibimos en el stand cientos visitantes entre los que se encontraban productores, corredores y profesionales relacionados con el sector del melón.

Ferimel supone para nosotros una cita importante en la que intercambiar impresiones con el sector y mostrar nuestro catálogo comercial y los nuevos materiales. Los visitantes se interesaron sobre todo por las variedades pre-comerciales con resistencia al oídio, tolerancias al pulgón y adaptadas a trasplantes con manta térmica.

Además, tuvimos la oportunidad de mostrar nuestras variedades para otros mercados como Pías, variedad de melón Branco Líder en Portugal.

También para

presentamos Loire, un melón Murcia y La Mancha con frutos firmes, muy buena conservación postcosecha y excelente calidad gustativa.

En el stand recibimos también a las autoridades y al comité organizador de Ferimel que agradecieron el esfuerzo de Semillas Fitó por ofrecer variedades rentables y competitivas a los agricultores de la zona, además de su compromiso con el sector del melón y con la feria, en la que participa desde sus inicios. Ferimel es a día de hoy la feria de referencia para el sector del melón en España.



INTERNATIONAL FIELD DAY 2018

Reunimos a nuestros mejores clientes de Gran Cultivo procedentes de Europa del Este, Oriente Medio y norte de África.



El 24, 25 y 26 de septiembre se celebró el International Field Day de Gran Cultivo. En este evento, que celebramos cada dos años, invitamos a clientes de Serbia, Rumanía, Moldavia, Bosnia y Herzegovina, Hungría, Albania, Israel, Jordania y Marruecos para mostrarles nuestras instalaciones e informarles más ampliamente acerca de nuestros programas de mejora y procesos de calidad. Ofrecimos el International Quality Seminar para distribuidores, que consistía en charlas y demostraciones del exhaustivo seguimiento y control de calidad de nuestras semillas.

Este año, además, hemos estrenado el Fitó Reward Club: un sistema de reconocimiento para nuestros mejores distribuidores y los clientes líderes en ventas. Es por eso que premiamos a nuestros distribuidores Konus Glorija y Tarsiseed, de Serbia e Israel respectivamente.

Konus Glorija, con quien trabajamos desde 2012, fue reconocido por su crecimiento sostenido en ventas y su éxito de penetración en el mercado; por su lealtad, no sólo a la división de Gran Cultivo, sino también a Hortícolas; y por su carácter innovador y creer en una relación a largo plazo, valores que forman parte de nuestra visión de negocio.

Por otra parte, premiamos a Tarsiseed por ayudarnos a posicionarnos como empresa líder en las resistencias a hongos de suelo y por su capacidad de búsqueda de soluciones ante problemas o dificultades del mercado, y conseguir liderar un mercado muy competitivo y actualmente complejo, con el 45% de la cuota de mercado.

Esta edición ha sido la más numerosa hasta la fecha, con cerca de 100 asistentes entre distribuidores y agricultores. El encuentro resultó muy fructífero para estrechar relaciones, solventar inquietudes y compartir nuestras impresiones acerca del mercado.



Equipo de Konus Glorija con Eugenio González, Director de Gran Cultivo.



Equipo de Tarsiseed con Eduard Fitó, Director Corporativo de Semillas Fitó y Eugenio González, Director de Gran Cultivo.

EXPERIENCIA

EN BUSCA DEL MEJOR TOMATE CATALÁN

Ametller Origen y SEMBRA organizan el concurso *El Millor Tomàquet Català* para agricultores aficionados.

Ametller Origen, en línea con su fuerte compromiso por potenciar la línea de tomates, ha lanzado un concurso junto a SEMBRA para buscar el mejor tomate catalán cultivado en casa.

El proyecto se ha compuesto de diferentes fases, todas ellas basadas en la pedagogía del cultivo amateur y semiprofesional centrado en el cultivo de tomates.

El primer paso consistía en comprar un kit de cultivo disponible en las tiendas de Casa Ametller y Jardiland, y seguir las indicaciones para cultivarlo. Las dos variedades disponibles para plantar eran tomate Egara (tomate de ensalada verde) y tomate Monterosa (tomate de ensalada maduro). Además, a través de la web www.millortomaquetcatala.cat los participantes podían consultar los pasos a seguir y tenían a su disposición asesoramiento por parte de los expertos Conrad Conill y técnicos de SEMBRA para conseguir un resultado exitoso.

El jurado lo formaban cuatro expertos en el cultivo de tomate: Jordi Ballester (experto en Monterosa y Egara de Semillas Fitó), Conrad Conill (agricultor de Ametller Origen), Gemma Echevarría (IRTA) y Elisabet Fitó (SEMBRA). Ellos fueron los encargados de evaluar y



Miembros del jurado analizando los frutos.

seleccionar el mejor tomate de cada categoría, basándose en la estética y salud de la planta, la estética del fruto y sobre todo en el sabor.

De los 270 aspirantes, sólo 14 llegaron a la final. Las ganadoras, Ma Glòria Toda (variedad Monterosa) y Montserrat Calpe (variedad Egara), fueron premiadas con una cena para dos personas en el restaurante Els Tinars, reconocido con una estrella Michelin.

Dado el gran éxito del proyecto, Ametller Origen y SEMBRA apuestan por repetirlo anualmente. Cabe destacar que el concurso ha sido posible gracias a la implicación de varias entidades: Ametller Origen, impulsor de la acción; Jardiland, vendedor de los kits; la revista Cuina y RAC1 como partners mediáticos que han dado a conocer el proyecto; IRTA y Semillas Fitó, que han formado parte del jurado; y el restaurante Els Tinars, que ha ofrecido el premio.

Como concluye Elisabet Fitó (SEMBRA): “Se trata de un buen ejemplo de proyecto colaborativo entre diferentes empresas que tienen como foco impulsar la pedagogía del cultivo en casa, recuperar el sabor en nuestras hortalizas y apostar por una alimentación saludable”.



Jordi Ballester, Conrad Conill, Gemma Echevarría y Elisabet Fitó con los frutos ganadores.

EL MARKET TEAM AMÉRICA DEFINE SU ESTRATEGIA COMERCIAL

Toni Cabrero, Director de Ventas y Marketing de Hortícolas en América, nos explica en qué consiste esta reunión y qué conclusiones han extraído.

¿Qué es el Market Team América y qué países participan?

Toni Cabrero: Se trata de un evento interno en el cual se informa y se analiza, desde un enfoque comercial, la evolución de los mercados americanos donde Fitó está presente directa o indirectamente. Hasta la fecha, los países que participan en el evento son: México, Brasil y Chile.

¿Cuál es el objetivo de esta reunión?

T.C: Desde un enfoque comercial, el principal objetivo es priorizar cuales han de ser los mercados de referencia en los que debemos participar con propuestas genéticas (programas), varietales (desarrollo) y comerciales (recursos). En segundo lugar, también nos reunimos para identificar sinergias entre mercados a través de los product profile e informar sobre la evolución en tendencias de mercado para alinear o ampliar programas.



Equipo del Market Team América de Semillas Fitó.



¿Qué equipos colaboran?

T.C: Es una reunión transversal liderada por el equipo comercial de la unidad de Hortícolas, donde participan los equipos comerciales representados por los Area Managers, equipos de breeding representados por los Breeders que disponen de programas para estos mercados, equipo de seed supply representado por los Product Managers, así como los Directores de la Unidad, I+D+i, Ventas y Marketing.

¿Qué temas se han discutido?

T.C: Los temas principales que se han tratado han sido el análisis de las ventas y su evolución, las tendencias de los mercados, el status de las propuestas de los programas de mejora, las estrategias de desarrollo y definir los planes de acciones futuras.

¿Cuáles son los países de referencia para el mercado americano?

T.C: Los países de referencia en el mercado americano son México, Brasil, Chile, Argentina y Colombia. Estos países son aquellos donde la compañía hace propuestas varietales cada año, ya que el mercado así lo justifica.

¿En qué cultivos trabaja Semillas Fitó en este mercado?

T.C: Básicamente en la mayoría que conforman nuestro portfolio matricial, es decir, solanáceas (tomate, pimiento y berenjena) y cucurbitáceas (pepino, melón, sandía y calabacín). Paralelamente, hemos desarrollado en México un programa de "chiles picosos" con un gran potencial de negocio en el mercado americano.

¿Y de todos, en qué cultivos destaca Fitó?

T.C: En el mercado americano, Semillas Fitó somos líderes en los siguientes mercados y segmentos: en México con Berenjena semilarga, Pepinos Holandés y Slicer y Pimiento Lamuyo; en Brasil con Melón amarillo, y en Argentina con Berenjena semilarga.

¿Cuáles son las nuevas tendencias en el mercado americano?

T.C: Por un lado, existe un mercado más maduro en cuanto a tecnología y consumo en el que la exportación tiene un peso importante, cada vez más exigente en calidad a todos los niveles, que valora aspectos como la proximidad como sinónimo de producto más fresco, y más predispuesto a la innovación y diferenciación. Por otro, trabajamos con un cliente más local, tradicional y menos evolucionado, donde la calidad también juega un papel importante. Por ello, realizamos jornadas de campo con nuestros clientes para que observen el cultivo en invernadero y así generar más confianza.

¿A qué conclusiones habéis llegado en la reunión?

T.C: Hemos concluido que en el mercado americano tenemos un gran potencial de crecimiento en el futuro. Hasta ahora los resultados han demostrado que hay cosas que se han hecho muy bien por parte de todos los equipos, y eso nos da confianza y nos ha de servir para definir aquellas estrategias correctas que nos permitan alcanzar un ambicioso objetivo: ser una empresa de referencia en mercados estratégicos.

¿Cuál es la hoja de ruta a seguir?

T.C: Consolidar aquellos mercados donde ya somos referentes, potenciar la estrategia de desarrollo en aquellos donde aún no participamos y generar nuevas oportunidades de negocio. Para ello, es necesario identificar y procurar los recursos y alinear la mejora para alcanzar los objetivos propuestos.

INNOVACIÓN

PRIORIZAMOS LA CALIDAD

IMPLANTAMOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA

¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN DE BACTERIAS EN SEMILLAS DE TOMATE?

Las buenas prácticas en la gestión de semillas consisten en trabajar acorde a certificaciones que definen protocolos de producción y procesado de semillas, emitidos por organizaciones internacionales de referencia (como por ejemplo la fundación GSPP -*Good Seed and Plant Practices*). Dichos protocolos determinan las medidas de higiene a respetar durante las operaciones de trabajo, así como el acondicionamiento del trabajador para poder realizarlas. En el caso de semilla de tomate, dichos protocolos de trabajo están enfocados a evitar la contaminación por la bacteria *Clavibacter michiganensis subsp. michiganensis (Cmm)*.

Los centros de trabajo que actúan bajo dichos protocolos pueden acreditarse para conseguir la certificación de las organizaciones internacionales que los expiden. Con tal finalidad, es necesario cumplir los siguientes puntos:

1. Aislar el centro de trabajo del medio ambiente (ya sea físicamente o por separación de tareas en el tiempo).
2. Prevenir la infección mediante medidas de buenas prácticas e higiene.
3. Monitorear el crecimiento para asegurar la trazabilidad de los lotes de semillas.
4. Realizar exhaustivos análisis bacterianos en semillas.
5. Someterse a auditorías periódicas (internas y externas).

Además, los lugares de producción acreditados deben:

- Desarrollar, implementar y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar la eficiencia.
- Redactar procedimientos que describan las medidas tomadas y cómo se maneja el cultivo (y las posteriores semillas resultantes) a través de instrucciones de trabajo.
- Realizar un correcto seguimiento, capacitar al personal regularmente, crear una mentalidad preventiva y definir un procedimiento de emergencia ante la aparición de incidencias comerciales por presencia de patógenos.



Ciclo de mejora continua de un sistema de gestión de calidad.

En base a actividades planificadas, se ejecutan los trabajos. Posteriormente, mediante indicadores, se determina si se ha alcanzado el objetivo. Si no es así, se definen acciones de mejora.

¿CÓMO DETECTARLO?

Para detectar su presencia en semillas, es necesario realizar un control de calidad en un laboratorio certificado para la detección de este patógeno en semillas de tomate.



Fruto que manifiesta contaminación por Cmm.

CLAYIBACTER MICHIGANENSIS SUBSP. MICHIGANENSIS (CMM)

Este patógeno infecta a las plantas de tomate, pimiento/pimentón y berenjena. En el caso del tomate, se trata del patógeno que causa mayores problemas en este cultivo a nivel mundial.

Esta bacteria se transmite fácilmente. Una planta infectada puede contaminar a otra por simple contacto entre las mismas: hojas, raíces, agua de riego e incluso los operarios de la explotación con sus manos durante las operaciones de injertado.

Los síntomas de la enfermedad destacan por un marchitamiento general de la planta (mermando la producción final del cultivo), así como la aparición de puntos negros en el fruto, provocando que sea poco apetecible para el consumidor.

BUENAS PRÁCTICAS EN SEMILLAS FITÓ



Con el objetivo de incrementar aún más el estándar de seguridad de nuestras semillas, Fitó se encuentra implantando un sistema de gestión basado en buenas prácticas de trabajo durante la producción y el procesado de semilla de tomate. Dicho sistema de gestión se basa en normativas expedidas por organizaciones internacionales.

Así, se ha habilitado un entorno de trabajo controlado en el centro de Barcelona para prevenir cualquier tipo de contaminación por *Cmm* en el procesado de semilla de tomate. A dicho espacio de trabajo sólo tendrá acceso el personal habilitado y formado para tal fin.

ADEMÁS, SEMILLAS FITÓ ESTAMOS TRABAJANDO PARA CONSEGUIR OTRAS CERTIFICACIONES QUE ASEGUREN LA MEJORA CONTINUA EN EL DESEMPEÑO DE NUESTRAS ACTIVIDADES. EN TODOS LOS CASOS, DICHAS PRÁCTICAS DE TRABAJO EMANAN DE LA SIGUIENTE POLÍTICA DE CALIDAD DEFINIDA POR LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA:

Semillas Fitó se esfuerza para ser una empresa multinacional referente en la obtención de variedades que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, así como, actuar como motor de transformación del sector agrario.

Para garantizar la calidad del producto y servicio, nuestro objetivo es aplicar estándares aceptables para la industria en todas nuestras actividades. Es por este motivo que Fitó decide adoptar principios rectores de Sistemas de Gestión de Calidad propios de normativas internacionales, con el objetivo de asegurar la mejora continua.

La alta dirección de la empresa define una Política de Calidad acorde a la misión de la organización, asegurando la participación del personal para conseguir los siguientes objetivos:

- Garantizar la calidad de nuestras semillas. A partir de la elaboración e implementación de buenas prácticas de trabajo.
- Esforzarnos en cumplir las necesidades y expectativas de los clientes, garantizando la eficacia de nuestros productos.

- Mejora continua en cuanto a la eficacia de los procesos. Alcanzar la fidelización de nuestros clientes a través de una estrategia de confianza, proximidad y cooperación.

- Trabajar bajo el marco normativo y los requisitos propios de la empresa.

- Involucrar al personal en el Sistema de Gestión, definiendo responsabilidades para su funcionamiento.

- Trabajar para ofrecer un clima de libertad, respeto y trabajo en equipo donde se promueva el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados.

- Fortalecer una gestión eficaz de la empresa y versátil a los cambios que permita robustecer la estabilidad económica y laboral de la misma. Siendo respetuosos en nuestras actuaciones con la comunidad.

- Esta política de Calidad es difundida, comprendida y asumida como responsabilidad de todos los miembros de la organización.

HOBBY ENTRA CON FUERZA EN CENTROAMÉRICA

La división de Hobby aspira a crecer a medio plazo, reforzando su presencia en Centroamérica gracias a la nueva colaboración con El Colono Agropecuario.

Ignasi Casajuana, técnico comercial de Hobby, nos explica los principales objetivos de la división de Hobby y la relevancia del nuevo colaborador.

¿Cuáles son los objetivos de la división de Hobby a corto y largo plazo?

Ignasi Casajuana: Potenciar la exportación, hacer crecer el catálogo y explorar nuevas líneas de negocio para la compañía.

¿Qué mercados son importantes? ¿En qué mercados nos queremos introducir?

I.C.: En realidad, hay muchos mercados pendientes de abrir en la división. Nuestros objetivos a corto plazo pasan por abrir mercado en nuevos países de Sudamérica y también en Europa del Este.

¿Por qué es importante el mercado de Centroamérica?

I.C.: Porque es un mercado con mucha cultura del autoconsumo en pequeños huertos domésticos, puesto que poseen un clima que permite la gran mayoría de cultivos hortícolas y también flores.

¿Cuál es nuestra estrategia/objetivo en ese mercado?

I.C.: En exportación buscamos distribuidores capaces de abastecer todo el país y sean tengan la capacidad de llegar al retail, es decir, a la venta al detalle, ya sea porque tienen tiendas propias o bien porque venden a grandes cadenas de consumo.

¿Qué se valora de un cliente como El Colono Agropecuario? ¿Por qué es importante?

I.C.: Su importancia reside en la implantación a nivel de territorio. El Colono Agropecuario posee 52 almacenes alrededor de Costa Rica y tiene presencia también en países vecinos como Panamá, Nicaragua, etc.

¿Qué relación se aspira a tener en el futuro?

I.C.: Una relación de igual a igual donde las dos partes estemos cómodos, consolidando nuestra línea de productos Hobby, introduciendo las novedades que vayan apareciendo en esta línea, soporte técnico y estar atento si el cliente tiene alguna necesidad que nosotros seamos capaces de satisfacerle.



Ignasi Casajuana con Alejandra Fuentes, Abraham Aguilera y el Sr. Santos Aguilera de El Colono Agropecuario.



Ignasi Casajuana (Técnico comercial de Fitó) con el Sr. Santos Aguilera (Gerente comercial de El Colono Agropecuario).

El Colono Agropecuario es una empresa orgullosamente costarricense que nace en 1978. Se dedican a la venta de productos y servicios para el sector agrícola y pecuario. Atienden los cultivos de Banano, Piña, Café, Caña de Azúcar, Arroz, Melón, Sandía y Ganadería, entre otros, en más de 50 puntos de venta ubicados en Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Honduras y Guatemala. Hablamos con Abraham Aguilera (Gerente de operaciones) para conocer sus impresiones de Semillas Fitó.

¿Cuándo empezó su relación con Semillas Fitó?

Abraham Aguilera: Empezamos la relación directa con Semillas Fitó en el año 2017. Anteriormente, El Colono Agropecuario éramos clientes del antiguo distribuidor en Costa Rica, por lo que ya éramos viejos conocidos.

¿Qué valora de Semillas Fitó? ¿Por qué apuesta por nosotros?

A.A.: Es una empresa familiar, con altos estándares de calidad y servicio, que anhelan por productos diferenciados para el mercado y que buscan salirse de lo tradicional. Apostamos por Fitó porque vemos muchas similitudes entre ambas empresas. Valoramos la diferenciación, calidad, respaldo y servicio.

¿Cuáles cree que son las nuevas tendencias en el sector?

A.A.: El costarricense es un consumidor que busca calidad y le gusta saber dónde y cómo se produce lo que consume. Esto lo ha llevado a sembrar y producir su propio alimento en pequeñas huertas en sus hogares. El segmento de Hobby es un mercado nuevo, en crecimiento y con muchísimo potencial en Costa Rica.

¿Qué cambios comerciales destacados han vivido en los últimos años?

A.A.: El Colono Agropecuario se ha integrado verticalmente a través de la división industrial con plantas de formulación y reempaque de agroquímicos, fertilizantes granulados, alimentos y minerales balanceados para animales, con el objetivo de ofrecer productos de primera línea a precios competitivos al productor agrícola y pecuario.

¿Qué desafíos comerciales cree que habrá en un futuro?

A.A.: Ya que es un mercado en crecimiento, un desafío claro va a ser la sobreoferta de semillas y servicios. Es necesario desde ya empezar a diferenciarnos y marcar una línea que difícilmente pueda ser seguida por nuestros competidores.

¿Qué buscan sus clientes? ¿Qué es lo que más valoran?

A.A.: Calidad, respaldo y servicio. Nuestros clientes valoran la atención personalizada y el acompañamiento que brinda El Colono Agropecuario en cada venta de producto o servicio.

¿Cómo ve nuestra relación en el futuro?

A.A.: Muy fortalecida y abarcando nuevos mercados. Vemos una gran oportunidad de llevar tecnología de altísima calidad al productor. Semillas Fitó es definitivamente el socio comercial que nuestra empresa busca mantener relaciones a largo plazo.

NUEVO PROGRAMA DE BREEDING DE MELÓN PARA ASIA CENTRAL

El verano pasado se inició el mayor proyecto de mejora de melón sólo para el área de Uzbekistán y los países de Asia Central, liderado por Charlotte Trazit.

El melón es originario de Asia Menor y Asia Central, donde se empezó a desarrollar por primera vez en el mundo varios siglos antes de Cristo.

Concretamente Uzbekistán es famoso en todo el mundo por tener las variedades locales de melón más dulces y aromáticas, debido a sus condiciones climáticas favorables, la cantidad de luz solar y la tierra fértil y poco salada. Por estos motivos, el país es un gran exportador de melones, siendo Rusia y Corea sus principales mercados.



Existen alrededor de 160 variedades de melones locales sólo en Uzbekistán. Algunas de las más conocidas son: Torpeda, Obi-Novvot, Handalak, Bori Kalla, Kichkintoy, Buharka, Zarchopon, Kokcha, Shakar Palak, Ich Qizil, Oltin Vodiy, Oltin Tapa, Suyunchi, Gurbek, Arabakeshka y Amudarya.

La mayoría de estas variedades se producen en las regiones de Syrdarya y Jizzakh, donde el suelo es medianamente salado, el clima es bastante cálido y ventoso y hay tierras desérticas. Sin embargo, en Uzbekistán existen diferentes climatologías. Por ejemplo, la región de Kharezmi (la zona originaria de melones más antigua) y la República de Karakalpakistán son zonas muy saladas, donde el clima es mucho más frío y por lo tanto se producen melones destinados principalmente al almacenamiento.

Uzbekistán y Asia Central en general son zonas con gran potencial para la distribución de semillas híbridas de melón. El nuevo programa de mejora de Semillas Fitó tiene como objetivo ofrecer solución a las principales desventajas de las variedades locales: baja resistencia a enfermedades, inadecuación para el transporte a larga distancia y baja productividad.

Hasta el momento se han probado más de 90 variedades en Tashkent y los resultados han sido positivos. El siguiente paso será evaluar grandes cantidades de las variedades elegidas en diferentes regiones durante el próximo año.



FAMILIA FITÓ

INCORPORACIONES



Anna Valle

Analista de Costes de Operaciones

Centro: Barcelona, España.
Aficiones: Viajar, esquiar, playa.



Georgios Tsaprounis

Key Account Manager

Centro: Mediterráneo Gran Cultivo.
Aficiones: El cine y andar por la naturaleza, ide hecho es miembro de un equipo de protección forestal!



Rajae Hamdoune

Técnico Comercial de Hortícolas

Centro: Almería, España.
Aficiones: Leer, viajar, la familia y disfrutar de los amigos.



Charlotte Trazit

Breeder de Melón

Centro: Cabrera de Mar, España.
Aficiones: Viajar, leer, arte en general y deportes al aire libre.



Bernat Termes

Assistant Breeder de Melón

Centro: Cabrera de Mar, España.
Aficiones: Ciclismo, natación y senderismo.

Nacimientos



MARCO
30/06/2018

El primer hijo de Laura Mateo, Breeder en Cabrera de Mar, es un risitas y un parlanchín con toda la gente que lo saluda, ¡además de ser un pequeño glotón!



NAYARA
30/09/2017

Es la primera hija de Eva Mota, Importación y Administración en Les Cases de Barbens, ¡y acaba de cumplir un añito!



LEONARDO
05/08/2018

Primer hijo de Raffaele Giurato, técnico comercial de Hortícolas en Sicilia, Italia. Pesó 3,7 kg. Con él, ¡ahora lo tienen todo!



BIEL
9/10/2018

Nuestro compañero Manuel Navarro, diseñador, se ha estrenado como papá. Desde entonces viven a base de microsiestas, ¡pero con la ilusión a tope!



DAWDA
07/10/2018

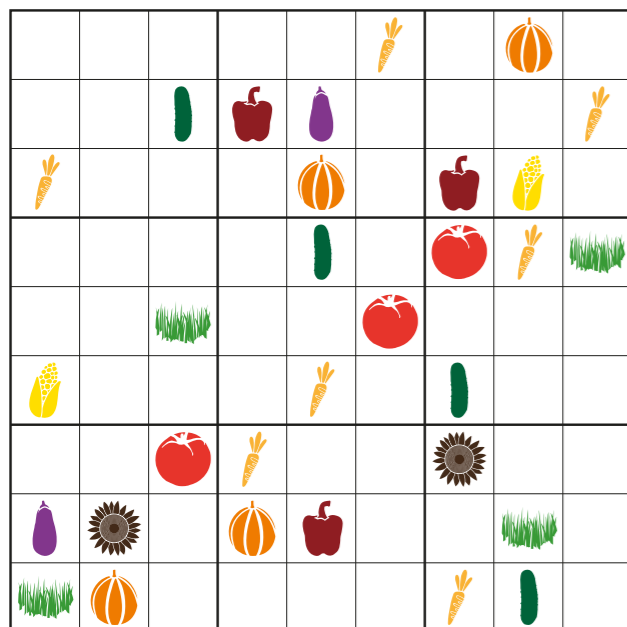
La familia de Moctar Diedhou, peón agrícola de Cabrera de Mar, ha aumentado con el nacimiento del pequeño Dawda.



FITÓ OS DESEA FELICES FIESTAS

¡POR UN AÑO NUEVO DE SEGUIR SEMBRANDO ÉXITOS JUNTOS!

FITOKU



SOPA de LETRAS

Encuentra 6 variedades de tomate

M	A	T	A	R	O	N	R	I	B
D	A	S	E	R	G	I	P	W	A
U	L	R	Z	U	P	L	S	E	B
M	E	A	I	N	E	I	H	I	A
A	D	M	T	N	L	A	E	S	Z
S	P	I	F	E	A	J	I	M	A
A	U	O	X	R	N	T	L	E	C
V	C	E	O	I	R	E	A	T	L
A	M	O	N	T	E	R	O	S	A
O	K	I	L	O	B	M	A	R	T

¿SABÍAS QUE...

...el césped Fitó juega en primera división?

Actualmente, la mayoría de los estadios de fútbol se restauran con césped natural en forma de tepes cultivados en viveros o teperías especializadas, debido a la rapidez de su instalación. Esta característica es importante para los estadios, ya que la interrupción de la actividad del campo es muy corta y permite volver a jugar rápidamente.

Sin embargo, hay una parte importante de los estadios de fútbol que también se componen directamente de semilla, por tener unos costos menores y asegurar una mejor uniformidad genética; aunque, como contrapartida, se necesita más tiempo para poder jugar.

La utilización de nuevas tecnologías como las luces fotosintéticas, la calefacción y el césped híbrido (mezcla de césped sintético y natural), ayudan a que se puedan jugar más partidos en mejores condiciones. En definitiva, se consigue mayor calidad de césped y más posibilidades de uso.

El césped híbrido está compuesto por un 96% de material natural y un 4% de plástico, que se combinan mediante un tejido debajo de la superficie. Esta alternativa se trata de una revolución para el juego, ya que se consigue mayor resistencia y estabilidad, y no requiere mayor mantenimiento que el césped natural.

Hoy en día, una parte importante de los campos de fútbol de primera división europeos utilizan tepes de césped híbrido. Otra parte importante se establecen mediante tepes, y el resto se siembran directamente con variedades puras o mezclas de semilla.

Semillas Fitó suministra a la gran mayoría de clubs de fútbol de la primera división española, campos de entrenamiento de estos, escuelas de fútbol y centros deportivos, directamente con su semilla, o indirectamente mediante los tepes producidos con su semilla.



Las principales variedades de Fitó utilizadas en campos de fútbol son las variedades de Lolium perenne RINOVO, FIESTA4, RINGLES, SUN, SILVER DÓLAR, VANTAGE y ZURICH, junto con las variedades de Poa pratensis NUGLADE y PRAFIN, y la variedad de Cynodon dactylon RIVIERA para zonas de cálidas. Últimamente también cobra interés la variedad de Lolium multiflorum THUNDER, por su crecimiento invernal.

Una fórmula muy reconocida para campos de fútbol de élite en España e Italia es la siguiente: 34% Poa pratensis NUGLADE + 33% Lolium perenne FIESTA4 + 33% Lolium perenne RINOVO; la cual, combinada con fibra artificial, es la base del estadio de alguno de los equipos más importantes de Europa.

Para reseñar estos famosos estadios se acostumbra a utilizar variedades puras de Lolium perenne como FIESTA 4 o RINOVO, cuando se desea un color oscuro y máxima persistencia. Cuando los campos desean un color más claro, utilizan nuestra variedad de Lolium perenne ZURICH, por su magnífico crecimiento lateral. Y si se juega en climas más cálidos o con problemas de agua, la especie recomendada es Cynodon dactylon RIVIERA: muy tolerante al frío, al calor y a la sequía, el cual se resiembró en invierno para darle color con alguna de las variedades de Lolium perenne anteriores.

Así pues, podemos decir con orgullo que varios partidos de la Champions se juegan sobre césped de Semillas Fitó.



