

No 20  
Abril 2019





# EL EDITORIAL

*“La semilla es lo primero”* rezaba un slogan de ANOVE -la asociación de semillas española- en los años 80.

Efectivamente, el sector de las semillas es uno de los primeros eslabones de la cadena de valor en las industrias agroalimentaria y textil, entre otras. Esta posición le obliga a ser un sector pequeño, pero de gran valor estratégico: sin nuestro constante esfuerzo para hacer llegar las semillas a todos los agricultores y la mejora constante de nuestras variedades, no sólo algunas materias primas como el algodón serían más caras, sino que también lo serían los alimentos e incluso correríamos el riesgo de tener escasez y hambrunas.

En este sentido, si en cualquier sector se debe tener el compromiso profesional y ético de liderar su propio futuro; nosotros, los semillistas, en ningún caso podemos olvidarnos de nuestras responsabilidades en este ámbito. Para mayor convencimiento, queremos compartir unas reflexiones en este sentido:

## **¿Quién tiene que hacer llegar la semilla al agricultor?**

Empresas privadas en todo el mundo hacen ese papel. A pesar de que alguna ONG y algún gobierno también han querido aportar su grano de arena, hay

que tener en cuenta que cobrar por la semilla no sólo asegura la sostenibilidad del sistema, sino que le aporta valor a la genética.

Esta sostenibilidad debe empezar por dar al agricultor un valor añadido relevante: si el campesino paga más pero no obtiene más, éste dejará de comprar semilla de calidad. Sin embargo, una vez conseguido el valor añadido, no podemos permitirnos que otros jugadores se adueñen de esa innovación y vendan el producto de terceros sin un retorno al obtentor. En este sentido, la defensa de la propiedad intelectual es fundamental para mantener el sistema de forma sostenible.

## **¿Quién debe obtener nuevas variedades?**

La mejora vegetal es una actividad de riesgo: cuesta dinero y nadie asegura el éxito. Para incentivar que se asuman esos riesgos, se han puesto en marcha mecanismos que, en caso de éxito, aseguran un retorno de la inversión.

En el sector semillista, la convención de la UPOV puso las normas para esos incentivos, definidas por dos elementos:



- Por un lado, lo que se protege se define como una combinación de genes. Es decir, no podemos proteger un sólo gen, por muy nuevo que este sea. Igual que en los derechos de autor, los escritores protegen una combinación de palabras.
- Y, por otro lado, tenemos la excepción del investigador, donde todos los obtentores se aprovechan del trabajo que los demás hicieron con anterioridad. Esto permite que nuevos actores entren en el sector y que avances hechos en segmentos más rentables puedan usarse en segmentos o mercados menos lucrativos. Es, por consiguiente, un sistema abierto y democrático, y debe preservarse así.

#### ¿Quién debe aportar nueva variabilidad en una especie?

Aquí estaríamos hablando de nuevos genes. Tradicionalmente esta actividad, al ser de gran riesgo y no haber mecanismos de protección en la convención de la UPOV, estaba reservada a centros de investigación públicos y bancos de semillas. Este sistema salvaguardaba el acceso universal a la genética.

La aparición de la biotecnología aplicada a la genética provocó que se usara la patente como mecanismo de protección de la IP. Efectivamente, incentivó la aparición de nuevos genes, pero limitando el acceso al mercado a algunos obtentores y derivando parte del valor añadido a los propietarios de esas patentes.

Esta realidad, combinada con un coste desorbitado para conseguir el permiso de comercialización de esa patente, ha hecho subir las barreras de entrada a nuevos actores. Nuestro sector ha dejado de ser abierto y democrático, para convertirse en un oligopolio.

No hay más que mirar a nuestro alrededor para darse cuenta de que esta es la realidad de muchos sectores, pero nuestra responsabilidad profesional y ética nos obliga a retarnos y ver si este destino es el que queremos para nuestro sector también.



# PROXIMIDAD

# ASISTIMOS A LA EXPO AGROALIMENTARIA

**Presentamos nuestros productos en la Expo AgroAlimentaria Guanajuato, una de las ferias más importantes de América Latina.**

Del 13 al 16 de noviembre estuvimos presentes en la Expo AgroAlimentaria de Irapuato, Guanajuato (México). Se trata de un evento con larga trayectoria, celebrado desde 1996, al que asisten empresas expositoras de insumos y tecnología agrícola y agroindustrial, y visitantes interesados en las novedades acerca de sistemas de producción y comercialización de productos agrícolas.

El stand de Semillas Fitó estaba situado en el área de cultivos e invernaderos. A parte del stand, también contábamos con un espacio en el invernadero, donde exhibimos diferentes variedades de pepinos, tomates, pimientos y berenjenas. También presentamos la calabaza Nurizeli en un macro túnel frente al stand.



Equipo de Fitó México en Expo AgroAlimentaria Guanajuato.



A la feria asistieron todos los compañeros del área comercial de la zona, así como los distribuidores de Semillas Fitó en México, con los que se aprovechó para hacer reuniones de trabajo para el cierre del año 2018 e inicio del 2019.

Las ferias nos permiten acercarnos al mercado y prospectar nuevos clientes. En este sentido la Expo fue muy satisfactoria, ya que se realizaron acuerdos con nuevos clientes interesados especialmente en nuestras variedades de pepino Telmo, Centauro y la novedad Zeus.

# REFORZAMOS NUESTRA PRESENCIA EN EL SECTOR DEL GOLF

**A final de año tuvieron lugar algunos de los eventos más importantes de la industria del golf, donde presentamos todas nuestras novedades y reforzamos nuestra visibilidad en un sector de gran importancia para los céspedes de Semillas Fitó.**



Miembros de la AEGG.

## Reunión Anual de la Asociación Española de Gerentes de Campos de Golf (AEGG)

A finales de noviembre tuvo lugar la Reunión anual de la Asociación de gerentes de Campos de Golf en Oliva Nova Golf, Valencia.

Semillas Fitó es reconocido en el mundo del golf por nuestra profesionalidad y calidad de nuestros productos, y en esta ocasión pudimos presentar la nueva variedad de paspalum vaginatum Pure Dynasty, excelente y única para situaciones de salinidad en greens, tees, calles y rough además de en campos deportivos y jardinería.

Josep Cirera, director comercial de la división de Áreas Verdes, afirma: "El mundo de Golf está en crecimiento y va a demandar productos más sostenibles y diferenciados".



### 40 aniversario del congreso anual de la AEdG (Asociación Española de Greenkeepers)

La AEdG celebraba este noviembre su 40 aniversario en su congreso anual, este año en Sevilla.

Participamos como miembros patrocinadores de la asociación y contamos con una gran asistencia de público y profesionales del sector que mostraron un gran interés por nuestra variedad de *Agrostis stolonifera* Luminary que está llamada a marcar una época en los próximos años.

Asimismo, hubo un gran nivel de charlas que nos permitieron estar conectados a la actualidad del sector e intercambiar opiniones con profesionales de referencia.



### Nos estrenamos en la Green Golf Covention en Francia

El 28 y 29 de noviembre tuvo lugar el congreso de greenkeepers franceses, la Green Golf Convention que este año tuvo lugar en el Golf de Saint-Malo (Bretaña).

Compartimos stand con nuestro distribuidor LOBGREEN, lo que nos permitió reforzar nuestra imagen de marca y nuestra presencia en el sector del golf para posicionarnos como un actor imprescindible de la industria y como partners de los profesionales del césped en Francia.

Fue la oportunidad perfecta para presentar nuestra nueva guía técnica con toda la información necesaria para el cuidado adecuado del césped y con nuestras mejores variedades adaptadas a las necesidades del mercado francés como LUMINARY, RIVIERA o RINOVO.



El sector del golf en Francia es importante porque es un mercado ya consolidado. Aunque la competencia está muy presente, este año se estiman nuevas inversiones y esperamos aumentar aún más nuestra presencia gracias al reconocimiento de la marca Fitó, nuestra gama de productos y sobre todo nuestra experiencia en variedades de clima cálido.



### Participamos en el congreso de LeClub Golf en Biarritz

LeClub Golf, una red internacional de campos de Golf que reúne unos 400 campos de 18 países, ha elegido la provincia de Biarritz para celebrar su congreso anual para reunir a los profesionales más influyentes del mercado del golf francés.

Cada año se reúnen unos 140 representantes de campos de golf así como los principales proveedores del sector. Participamos pues de la mano de nuestro distribuidor en Francia, Celtic.

En esta ocasión aprovechamos para destacar nuestras variedades estrella para el mercado francés de la mano de nuestro distribuidor en la zona Celtic Turf: *agrostis stolonifera* Luminary, *Lolium perenne* Rinovo y *Cynodon Dacylon* Riviera.

Los Greenkeepers y directores de campos de golf apreciaron nuestra gama de semillas y su cualidad y, en definitiva, el desarrollo creciente de Semillas Fitó en el mundo del golf en Francia.



# NUEVO AÑO, NUEVA CAMPAÑA DE MAÍZ

## **La división de Gran Cultivo inicia el año presentando las novedades en dos ferias del sector referentes en España: Agroexpo (Don Benito) y Agraria (Valladolid).**

Con el año nuevo iniciamos también la nueva campaña de maíz. Las previsiones para este año son más positivas que el año anterior, ya que por primera vez disponemos de variedades adaptadas para todos los ciclos y segmentos de mercado. Algunas de las novedades para este año son las variedades Cugat YG para ciclos largos, y Aventicum y Benares para ciclos cortos.

A finales de enero estuvimos presentes en la 32ª edición de Agroexpo, una feria celebrada en Don Benito (España) a la que asistimos desde hace varios años. En esta ocasión nuestra participación fue vinculada a nuestro distribuidor en la zona Miguel Crespillo Sanidad Vegetal, ya que formamos parte de su stand. Jorge Pérez, Técnico Comercial de Fitó en la zona, nos explica que el evento es muy relevante para la zona y es una buena oportunidad para reforzar nuestra relación con los clientes, además de conocer a gente nueva interesada en nuestros productos.



Por otra parte, en Valladolid se celebró la feria Agraria, el evento agrícola de referencia para Castilla y León a la que cada vez asisten más visitantes de otras regiones. El equipo comercial de la zona norte, además de atender a los visitantes en nuestro stand, también ofreció una charla sobre los proyectos de investigación, desarrollo e innovación que Fitó está llevando a cabo con instituciones de la zona.



Los principales compromisos que establecemos con nuestros clientes son la proximidad y la búsqueda de la rentabilidad sostenida. Nuestro objetivo principal como empresa es solucionar las necesidades de los agricultores y ganaderos en las zonas de cultivo.

En esta línea, desde Semillas Fitó hemos desarrollado varios proyectos para la zona de Castilla y León con la colaboración de algunas entidades, entre las cuales destacan la Junta de Castilla y León, la Diputación de Salamanca, INEA (Escuela Universitaria de Ingeniería Agrícola de la Compañía de Jesús en Valladolid), Smart Rural y CIFP Santa Espina, entre otras. Algunos de estos proyectos incluyen la implementación de la herramienta Greenseeker para asesorar al agricultor sobre las necesidades de su cultivo, o un estudio de cómo influye la digestibilidad de nuestras variedades en la producción de leche.

Estos proyectos surgen de la voluntad de innovar, investigar e incorporar las nuevas tecnologías y variedades al campo, consiguiendo una mayor rentabilidad para los agricultores y ganaderos. En el marco de la feria Agraria y con el fin de aportar conocimiento a la comunidad, realizamos una charla-coloquio a la que asistieron alrededor de 50 personas entre clientes y alumnos del INEA, donde se expusieron estos proyectos y los logros aplicados en el campo.



# EXPERIENCIA

# CONVENCIÓN DE ÁREAS VERDES

**El equipo comercial internacional y el equipo de Customer Service de Áreas Verdes se reunieron en Barcelona para la convención anual de la división.**



Equipo de Áreas Verdes en una actividad de team building.

En los dos días que duró la convención, el equipo tuvo la oportunidad de hacer balance del año, así como aprovechar para reforzar las habilidades de venta y atención al cliente a partir de la comunicación y el trabajo en equipo.

Gracias al workshop impartido por la agencia de asesoramiento BeValue, el equipo tuvo la oportunidad de trabajar las sinergias de equipo para mejorar la comunicación y atracción del cliente. A partir de la identificación de su estilo de personalidad DISC, el equipo pudo entender y definir los aspectos positivos y de mejora de su perfil profesional y ponerlo en

práctica en una actividad de role playing. “Fue muy enriquecedor poder trabajar con mis compañeros en un ambiente más distendido. Te das cuenta de que el trabajo en equipo es primordial, que la información hay que compartirla entre todos para conseguir dar al cliente un mejor servicio y que éste esté satisfecho” comenta Paquita Martínez, Customer Service de la división para España, Francia e Italia.

En Semillas Fitó creemos firmemente en el trabajo en equipo y en un clima de libertad y respeto donde todos puedan compartir sus objetivos e inquietudes.



Hablamos con Josep Cirera, Director de la división de Áreas Verdes, sobre la importancia de este compromiso:

## ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en Semillas Fitó?

Empecé en la empresa en 1992, hace 27 años. Actualmente la división está consolidada con variedades propias y ventas en 46 países.

## ¿Cuáles son tus objetivos en estas convenciones?

Para mí las convenciones sirven para hacer equipo, presentar los resultados, conocer lo que hace cada uno de nosotros, hablar del futuro y también pasarlo bien.

## ¿Qué importancia tienen este tipo de formaciones/actividades?

Considero que tienen una importancia alta, ya que contribuyen a generar sinergias y ponen en valor la división de Áreas Verdes en el conjunto de la empresa.

## ¿Qué es lo que más valoras de los miembros de tu equipo?

Valoro la iniciativa, el trabajo duro de cada día y el compromiso con la empresa.

## ¿Cómo trabajas la comunicación con tu equipo?

La base de nuestra comunicación son las reuniones periódicas.

## ¿Qué es lo más importante para ti del trabajo en equipo?

El buen ambiente que genera.

## ¿Qué conclusiones sacas de todo lo trabajado en la convención?

Que evidentemente todavía hay cosas que se pueden mejorar, pero por otra parte también tenemos que reconocer otras cosas que sí se hacen bien y generan buenos resultados.

# PEQUEÑAS ACCIONES, GRANDES CAMBIOS

**Cerramos el 2018 más conscientes del impacto de nuestra actividad y contribuyendo proactivamente a la sostenibilidad del planeta.**

Todas nuestras acciones impactan directamente en nuestro entorno. En Semillas Fitó somos conscientes de ello, por eso estamos comprometidos con nuestra comunidad y somos respetuosos en nuestras acciones.



Nuestro objetivo para el año nuevo es contribuir activamente a la preservación del planeta con gestos más sostenibles. En este sentido, en Navidad repartimos botellas de vidrio en todos los centros de Fitó en España. Con este gesto esperamos reducir considerablemente el consumo de botellas y vasos de plástico en nuestros centros, contribuyendo así a la sostenibilidad del planeta.

## ¿SABÍAS QUE LAS BOTELLAS DE BEBIDAS SON UNO DE LOS TIPOS MÁS COMUNES DE DESECHOS PLÁSTICOS Y TARDAN ALREDEDOR DE 450 AÑOS EN BIODEGRADARSE?

El vidrio, en cambio, no altera la composición química de los productos ni suelta ningún tipo de partículas. Tampoco transmite sabor y conserva mucho mejor la frescura del agua. Además, es 100% reciclable. Si lo reutilizamos y le damos una vida útil muy larga, estaremos mejorando nuestra huella ecológica.

En Fitó estamos convencidos de que con pequeñas acciones, entre todos podemos crear grandes cambios.



# CURSO DE HIDROPÓNICA

**Apostamos por la formación con un curso internacional de agricultura hidropónica para nuestros clientes.**

Desde Semillas Fitó apostamos por las relaciones a largo plazo con nuestros clientes. Por ello, desarrollamos herramientas que nos ayudan a crecer conjuntamente.

En esta línea, en el mes de febrero ofrecimos un curso sobre agricultura hidropónica a nuestros clientes de Uzbekistán y Europa del Este.

A la formación, que tuvo lugar en nuestro centro de El Ejido y duró una semana, acudieron nuestros principales clientes de Uzbekistán y Hungría y nuestros distribuidores AGROSTAR LUX y OROSOCO.



Gianluca di Lucia, Técnico Comercial del sur de Italia; Marko Vidakovic, Técnico de Desarrollo para Europa del Este; y Raúl Martínez, Director Comercial de África y Asia, con clientes de Uzbekistán y Europa del Este.

También asistieron nuestros compañeros Gianluca di Lucia, Técnico Comercial del sur de Italia y Marko Vidakovic, Técnico de Desarrollo para Europa del Este. Ambos tuvieron la oportunidad de complementar sus conocimientos sobre esta materia y compartir impresiones con nuestros clientes.

Durante la semana de formación, los asistentes conocieron de cerca las instalaciones que tenemos en Almería y el nuevo centro de I+D inaugurado hace poco más de un año.

Además, visitaron las instalaciones de Clisol, donde la gerente Lola Gómez les explicó la evolución de la agricultura en Almería y les mostró su cultivo de suelo e hidropónico.

Para completar el curso impartido por Roel Brunyel, Asesor agrícola y experto en cultivo hidropónico, los participantes pudieron visitar un semillero y una finca y observar in situ los conocimientos repasados durante la sesión.

Esta acción, que fue muy valorada por nuestros clientes, nos ayuda a reforzar nuestra relación de confianza y proximidad con ellos.





# INNOVACIÓN

# PRESENTAMOS UN FITÓ HOBBY RENOVADO

En la Flower & Garden Attraction presentamos la renovación de la marca Fitó Hobby.



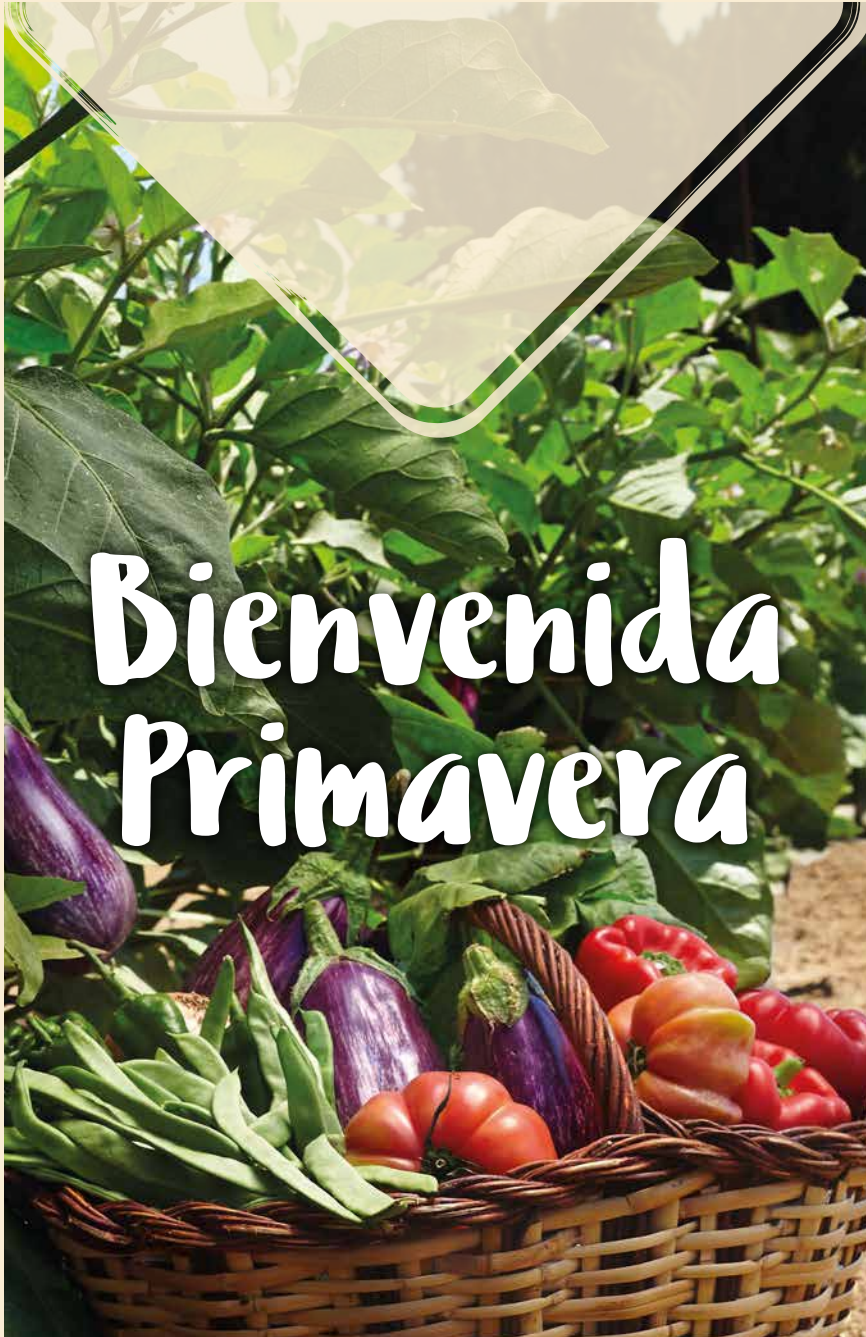
Del 23 al 25 de octubre tuvo lugar la feria Fruit Attraction, uno de los eventos del sector más consolidados en nuestro país y reconocidos internacionalmente. Este año, la organización de la feria decidió abrir un espacio específico para el sector de la jardinería amateur y la planta ornamental, llamado Flower & Garden Attraction.

Siendo esta una nueva oportunidad para darnos a conocer y encontrarnos con muchos de nuestros clientes, decidimos participar con la división de Fitó Hobby con

un stand de 18 m<sup>2</sup> y un gran frontal de 6 m que se veía desde la misma entrada al recinto.

Fue la ocasión perfecta para mostrar el despliegue de expositores y displays que ofrecemos a nuestros clientes y distribuidores, así como presentar nuestra renovada imagen corporativa.

En este sentido, la renovación de la imagen de la división Fitó Hobby no podía dejar de lado el logotipo, símbolo que aglutina toda la esencia de nuestro trabajo y nuestra identidad. Se trata de un ejercicio que requiere del esfuerzo de todo el equipo por condensar en un grafismo muy sintético toda una filosofía y manera de entender nuestro trabajo. Con el nuevo logotipo hemos querido transmitir nuestras ganas de seguir evolucionando, transmitiendo esta proximidad hacia nuestros clientes que tanto nos reconocen, y que al mismo tiempo nos permita representar nuestra esencia como productores de semillas de calidad para todos nuestros clientes.



Con esta nueva imagen de la división esperamos poder abrir nuevas puertas que nos permitan continuar creciendo. Para este fin, hemos lanzado también la nueva web de [www.fitohobby.com](http://www.fitohobby.com) que presentamos en la feria de Madrid. La web respira un aire más moderno y más profesional. Hemos reacomodado la información en secciones más prácticas y fáciles de consultar, para que realmente sea una herramienta útil de consulta.

En Semillas Fitó creemos en la innovación y en reinventarnos día a día para adaptarnos a las nuevas tendencias y necesidades del mercado manteniéndonos en proximidad con todos aquellos que lo hacen posible.

Os animamos a entrar en nuestra nueva web y que veáis por vosotros mismos la nueva imagen de la división de Fitó Hobby que tanto éxito tubo en la Flower & Garden Attraction.

Las primeras ediciones siempre son una incógnita, y a pesar de ello, en Fitó Hobby apostamos desde un inicio y el saldo ha sido muy positivo: pudimos presentar varias novedades y saludaros a muchos de nuestros clientes. Y cómo no, establecimos nuevos contactos tanto en el mercado Nacional como en el de Exportación. Siendo el balance así de positivo, ¡esperamos participar también el año que viene!







**CALIDAD, COLOR Y BRILLO  
QUE TRASMITEN FRESCURA**

## JORNADA LEONARDO

**El pasado enero presentamos Leonardo, el nuevo calabacín que ofrece calidad de fruto, color y frescura para exportación.**

Este mes de enero hemos presentado en el Campo de Cartagena el calabacín Leonardo, una variedad de muy fácil manejo, con un completo paquete de resistencias, muy productiva en los meses de otoño e invierno y de fruto uniforme, compacto, con color verde oscuro y un brillo que transmite frescura, ideal para el mercado de exportación.

Cerca de 350 agricultores, técnicos y comerciales de cooperativas del Campo de Cartagena asistieron a la jornada, donde pudieron conocer de cerca el enorme potencial de Leonardo, una variedad destinada especialmente para exportación.

El nuevo calabacín Leonardo es una variedad para siembras de octubre a diciembre, recogiendo desde finales de noviembre hasta mediados de primavera. Destaca por ser un calabacín de muy fácil manejo en el invernadero. La planta es de vigor medio-alto y posee un porte erecto, es abierta y con entrenudos cortos. Las hojas tienen un tamaño pequeño que facilita la aireación y polinización. Con este porte de planta tan abierta se aumenta la sanidad del cultivo y se minimizan los problemas con enfermedades fúngicas como oídio o botritis. Es una variedad muy productiva y su resistencia a oídio y a CMV favorecen tanto la calidad de los frutos, como la productividad de la planta durante todo su ciclo, especialmente en los meses de otoño e invierno.

En cuanto al fruto, Leonardo es una variedad que gusta y que promete convertirse en un referente en el mercado para la exportación. Tiene todo lo que busca el productor y exigen los distribuidores, como es un fruto



recto, alargado y sin estrías, con un color verde oscuro. Sorprende su brillo, que le da un aspecto de frescura y de recién recolectado, algo muy positivo para los compradores. El fruto es muy uniforme y denso en su interior, aumentando su peso y ofreciendo una excelente postcosecha. Además, la flor apical se desprende con facilidad y tiene un cierre pistilar pequeño.

Todos los asistentes de la jornada pudieron comprobar que esta variedad ofrece un muy fácil manejo y que se adapta perfectamente a las características del Campo de Cartagena, dando producción y calidad de fruto en todo el ciclo, por lo que será una variedad con muy buenas perspectivas para la próxima campaña de calabacín.

Sin embargo, la variedad también ha tenido una gran acogida entre los agricultores del centro y sur de Italia, en la que ya se han hecho diversas promociones.

# CAOBA: LA NOVEDAD DE LA GAMA SMARTQ

**Los pasados 12 y 13 de febrero tuvo lugar en la provincia de Almería la jornada de campo de Caoba (HOL 160306), una nueva variedad de pepino holandés que completa la gama de SmartQ.**



Mostrando la variedad Caoba en un invernadero en playa de Balerma (Almería).

Los agricultores que acudieron a la cita tuvieron la oportunidad de conocer de cerca la nueva variedad en una finca situada en la playa de Balerma. Los más de 300 asistentes quedaron impresionados por el cultivo y el magnífico comportamiento de Caoba, que asegura una alta producción con una excelente calidad de fruto.

El propietario del invernadero en el que tuvo lugar el evento, Serafín García, fue uno de los primeros en apostar por nuestra variedad debido a su buen comportamiento y rentabilidad. Por este motivo, esta campaña ha sembrado 9.000 m<sup>2</sup> de Caoba. García nos explicó que “Caoba es un pepino más corto, con el tamaño y forma que demanda el mercado, pero claramente con más calidad y producción que el que hemos usado en unos 2.000 metros como testigo”.

Además, Caoba es un pepino holandés que se engloba dentro del concepto SmartQ. Esta gama de pepinos fue lanzada un año atrás y ha tenido una gran acogida en el sector debido a la mejora genética que proporciona plantas con una resistencia natural más alta a enfermedades, entrenudos cortos, hojas más pequeñas y oscuras, orientación horizontal de las hojas, flores más pequeñas, y frutos más cortos y de alta calidad.



Hasta el momento, nuestro porfolio contaba con dos variedades de pepino holandés bajo la genética SmartQ: Tejo y Mitre. Tejo está enfocado a siembras desde el 15 enero hasta septiembre, en cultivos de primavera. Mitre es una variedad para siembras a partir del 15 de febrero y ahora se le une Caoba, para los trasplantes de principios de octubre.

Desde Fitó seguiremos trabajando para ir ampliando la gama SmartQ y ofrecer variedades que cubran las distintas fechas de siembra.

# CHANGE FOR GROWING

REORGANIZACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE BREEDING Y DESARROLLO DE HORTÍCOLAS



La nueva estrategia de desarrollo y mejora para Hortícolas tiene como objetivo aumentar el nivel de especialización en el cultivo sin perder la visión global.

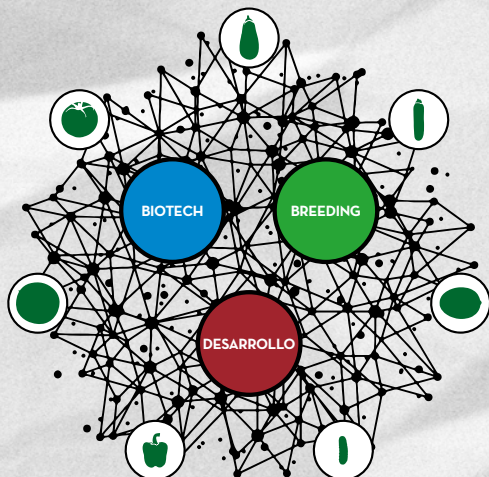
Con la nueva estructura se trabajará a partir de 4 Unidades de Especie (Tomate; Pimiento y Berenjena; Pepino y Calabacín; y Melón y Sandía) formadas por equipos multidisciplinares, en vez de trabajar por departamentos (Biotecnología, Breeding y Desarrollo) como hasta ahora. Por tanto, las áreas principalmente implicadas son I+D y Ventas y Desarrollo.

La implementación de la nueva organización ha empezado en enero 2019 y se espera finalizarla al 100% a finales de 2020.

Se han potenciado las promociones internas, pero también hay posiciones que se han cubierto con personas externas; todas ellas con gran capacidad y experiencia para afrontar este nuevo reto.

**Semillas Fitó apuesta por la especialización para que los equipos encargados de crear las especies estén más preparados para obtener el mejor producto de manera más rápida y eficaz. Agradecemos la flexibilidad y el compromiso que han demostrado al respecto todos los equipos.**

## Anterior organización



Global Crop Coordinator (Desarrollo)

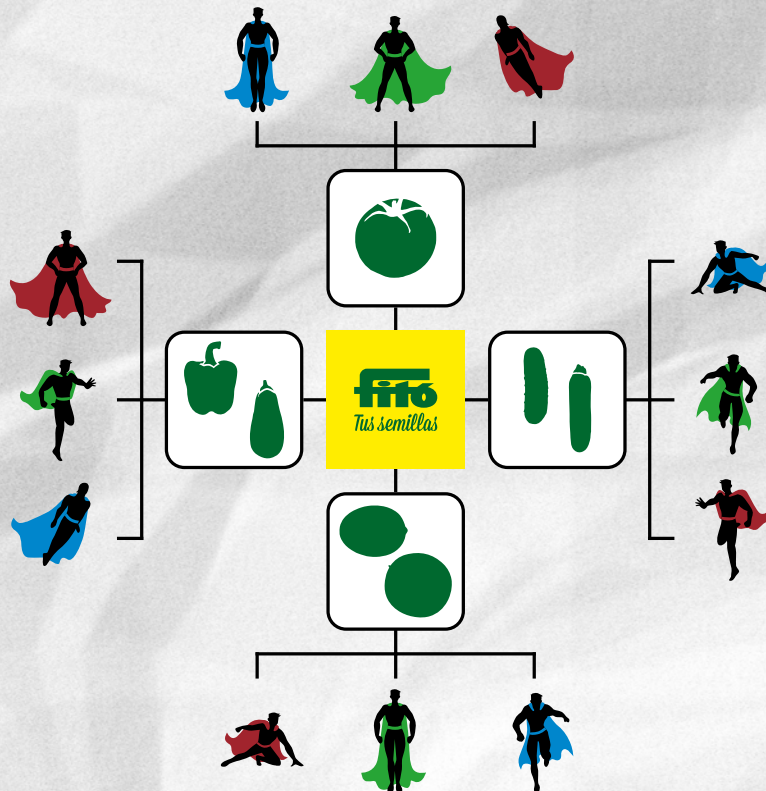


Crop Breeding Lead (Breeding)



Global Crop Researcher (Biotech)

## ORGANIZACIÓN HORTÍCOLAS 2019



En la nueva organización se crea un nivel de dirección con visión global de especie, tanto en el área de mejora como en la de desarrollo. Hasta la fecha, la dirección era más local, basada en las estaciones de mejora y los Área Managers.

Asimismo, se desliga la función operacional de las fincas de I+D de la responsabilidad de mejora y, por otro lado, se desliga la función de gestión de stocks de la de actividad de desarrollo.

Aparece la figura del **Crop Breeding Lead**, que lidera el I+D de una especie concreta a nivel mundial. Asimismo, se han creado posiciones de Breeder Coordinator a nivel regional o de tipología. Sustituyen a los anteriores Breeding Station Managers, que lideraban un equipo local de mejoradores de varias especies.

En el área de desarrollo aparece la figura de **Global Crop Coordinator**, que lidera las actividades de desarrollo de una especie a nivel mundial.

Surge el Global Operational Manager, una nueva figura para gestionar las operaciones de las fincas. Al mismo tiempo se ha creado una nueva posición de Seed Supply Planner, que depende del Área de Producción, para gestionar las producciones, stocks y registros.

Finalmente, aparece el **Global Crop Researcher**. Los investigadores de Genómica se especializan por especie, con el fin de profundizar más en el conocimiento científico de ésta.

Esta nueva estructura supone trabajar en equipos multidisciplinares, implica más sinergias y mayor compromiso con la especie que se trabaja. Se potencia mucho más el trabajo en equipo y la comunicación, tanto horizontal como vertical.



REUNIÓN



OBJETIVO



INTEGRANTES



FRECUENCIA

REUNIÓN	OBJETIVO	INTEGRANTES	FRECUENCIA
<b>CROP TEAM MEETING</b>	Estrategia de especie global	Biotech, Breeding, Desarrollo, Marketing & Ventas, Seed Supply	Cada 2-3 años
<b>BREEDING FOCUS</b>	Necesidades de producto por especie	Breeding, Desarrollo	Cada año a demanda
<b>STRATEGY BREEDING MEETING</b>	Cómo se hace	Biotech, Breeding	Una vez al año por especie
<b>PRODUCT LAUNCH MEETING</b>	Estrategia comercial de producto	Desarrollo, Marketing & Ventas, Seed Supply	Cuando sea necesaria
<b>COORDINATION MEETING</b>	Gestión de stock	Desarrollo, Marketing & Ventas, Seed Supply	Cada dos meses



Hablamos con Laia Fitó, Directora de I+D, para conocer sus impresiones acerca de la nueva organización:

**¿Qué ha supuesto para el equipo de dirección tomar esta decisión?**

El proceso de toma de decisión fue muy largo. Hace más de 3 años que se empezó a debatir sobre las debilidades de la anterior organización. Se trabajaron varios posibles escenarios que se

debatieron tanto interna como externamente con consultores. Hubo que tener en cuenta las cosas positivas de la organización antigua para no perderlas en la nueva, mejorar las debilidades, tener en cuenta nuestros valores y manera de ser como empresa y, sobre todo, hablar con mucha gente de nuestros equipos para conocer su opinión sobre aspectos claves a mejorar. Esta nueva organización no es la idea de una persona, sino la suma de varias pequeñas ideas de muchas personas.

**¿Qué recibimiento ha tenido entre el equipo?**

El recibimiento ha sido positivo y los equipos se sienten implica-

dos con el proyecto. Todos los cambios son difíciles y seguro que pasaremos por momentos complicados, pero poco a poco iremos habituándonos a la nueva organización.

**¿Qué se espera conseguir con estos cambios?**

Esperamos tener un equipo potente, organizado e implicado para poder asumir los nuevos retos del sector tanto a nivel de innovación, de mejora, de desarrollo, de logística, producción y ventas, con el fin de llegar a una facturación de 100 millones de euros a medio plazo.

LA NUEVA ORGANIZACIÓN SIGNIFICA



Mayor foco



Más sinergias



Mayor compromiso



# FAMILIA FITÓ

# INCORPORACIONES



## Ángela Sánchez

Process Quality Technician (GSPP)

**Centro:** Barcelona, España.

**Aficiones:** Conciertos de rock, lectura y pasear por el campo o la playa.



## Oscar Vidiella

Técnico Comercial de Áreas Verdes Zona Norte de España y Portugal

**Centro:** Barcelona, España.

**Aficiones:** Disfrutar de la familia, viajar y practicar deporte (fútbol sala y correr).



## David Estefanía

Técnico Comercial de Agroindustria Zona Norte de España

**Centro:** España.

**Aficiones:** Practicar deporte y la naturaleza.



## José Luis Couselo Bandín

Cell Biology Researcher (Biotech)

**Centro:** Cabrera de Mar, España.

**Aficiones:** Cine, viajar, buceo deportivo.



## Mohamed Hamed Taha

Ventas y Desarrollo en Egipto

**Centro:** Egipto.



## José Torres Cabanillas

Técnico Comercial de Hortícolas en Almería

**Centro:** Almería, España.

**Aficiones:** Aquellas que me relacionen con el medio ambiente. En especial la pesca deportiva de depredadores.



## Mohammed Safi

Técnico Comercial de Hortícolas en Marruecos

**Centro:** Marruecos.

**Aficiones:** Fotografía y vídeo.

# Nacimientos



**PAU**

11/10/2018



Es el segundo hijo de Jordi Quilis, compañero de Biotecnología Aplicada en Cabrera de Mar. A pesar de las adversidades, Pau no ha perdido la sonrisa y ha demostrado ser un luchador nato y un campeón!



**LIA**

09/11/2018



Lia es hermana de Lluç e hija de Jordi Morales, encargado de Mantenimiento del Maresme, y Jordina Turon, extrabajadora de Fitó Barcelona.



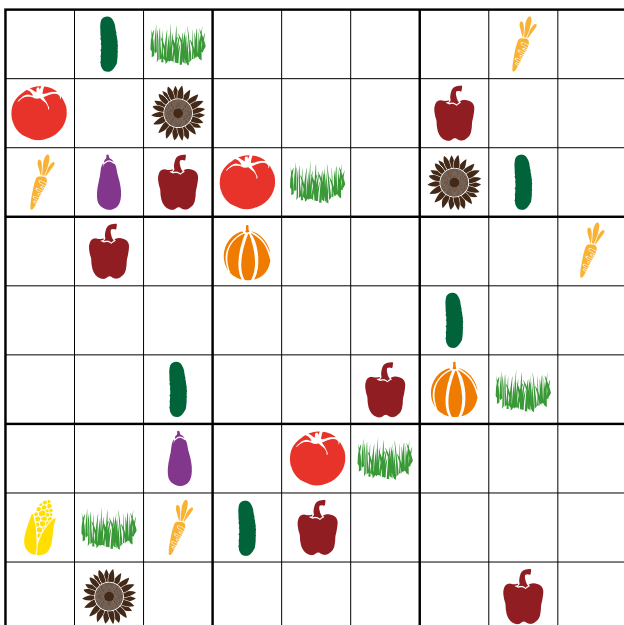
**JIMENA**

01/2019



Jimena es la segunda hija de Juan Carlos Zazueta, Corporate Partner de Fitó Mexico.

## FITOKU



## SOPA de LETRAS

Encuentra 6 novedades de maíz

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



# ¿SABÍAS QUE...

...desde Hobby participaremos  
en el mayor festival creativo del sur de Europa?



Handmade  
FESTIVAL

Hobby, la división más pequeña de la empresa, se dirige a un público cada vez más extendido. Las tendencias del DIY (Do It Yourself), el veganismo y el ecologismo, entre otras, están cobrando protagonismo y favorecen al sector de semillas para agricultores aficionados y semiprofesionales. En este sentido, la división se encuentra inmersa en un profundo cambio para adaptarse al mercado y satisfacer las necesidades de éste.

El próximo mes de mayo se presentarán las novedades en la 6ª edición del Handmade Festival, una feria del Do It Yourself que cuenta con más de 350 actividades para conocer, aprender y explorar acerca del hilo, el papel, el brico, la madera y la jardinería; espacios para vender y comprar; y conciertos y foodtrucks que completan la experiencia.



BAUHAUS, cliente de Fitó desde hace más de 10 años, es el patrocinador principal del HMF liderando en proyectos de bricolaje y jardinería. Este año ha invitado a sus proveedores más destacados a participar conjuntamente en su espacio para formar un Village de las mejores marcas del sector. En este espacio tendrá representación la división de Hobby con un stand rústico de madera de 21m2 donde se presentarán las novedades de la marca Eurogarden. Asimismo, se aprovechará para realizar talleres en directo de la mano de influencers del mundo de la jardinería, que nos ayuden a demostrar la calidad de nuestras semillas para todos aquellos que quieran sumergirse en el mundo del huerto urbano.

Con más de 25.000 visitantes, la feria es una plataforma ideal para dar a conocer nuestra marca y ganar visibilidad frente al consumidor final para continuar creciendo, atraer a un público dinámico y posicionarnos como marca líder de semillas.

*¡Invitamos a todo el personal  
de Fitó a visitarnos!*

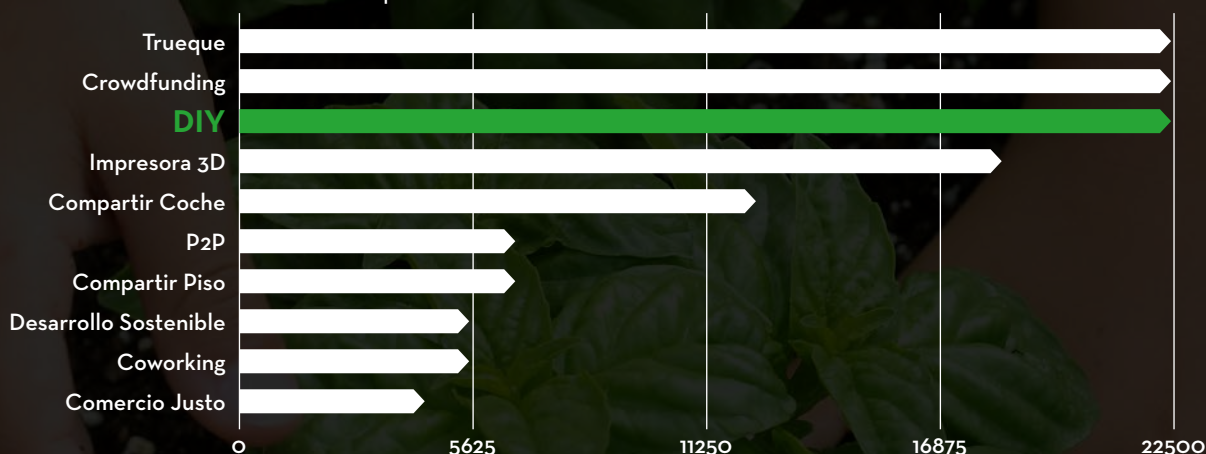
# Las tendencias del sector

# DIY

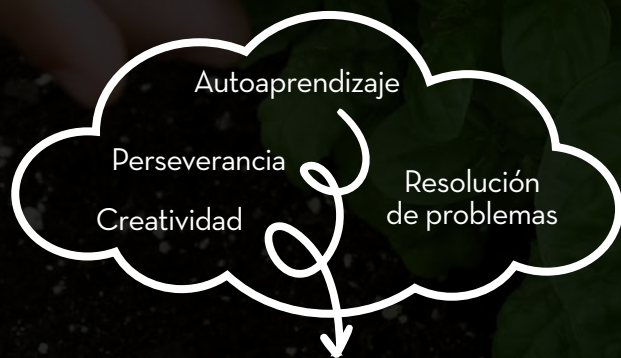
(Do It Yourself)

## 3ª palabra más buscada

en España relacionada con economía alternativa



Los conceptos de economía alternativa más buscados



## HUERTOS URBANOS

Año 2000  
1.000



La mayoría de la población vive en ambientes muy urbanos sin contacto con el medio natural y rural, por lo que cada vez más personas sientan la necesidad de introducir un poco de "verde" en sus vidas.

# Alimentos Km 0

El radio de procedencia de la materia primera no es de más allá de 100 km.



- Producción local
- Más sabor
- Tradición de la huerta
- Democratización de las cadenas de consumo

## EN 2017:

Incremento del **14%** en el consumo de alimentos **ecológicos**



**77%** de los consumidores prefieren productos de proximidad



¿Sabías que según la FAO (La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) los huertos urbanos pueden ser mucho más productivos y ecológicos que la agricultura tradicional?

**¡En un solo metro cuadrado de cultivo puedes llegar a producir 20 kg de comida al año!**

# Los súper alimentos

Son alimentos saludables y nutricionalmente más densos que mejoran el rendimiento, aumentan la vitalidad y te hacen sentir rejuvenecido. Llenos de antioxidantes, tienen un amplio potencial terapéutico y propiedades anti-microbianas y anti-inflamatorias.

Las semillas de chía, los arándanos, las bayas de Goji y granos antiguos como la quinoa -entre muchos otros- son súper alimentos cada vez más populares.

- Los españoles compran un **4%** más de súper alimentos, el doble que en productos de gran consumo.
- **27%** de consumidores están dispuestos a incluir más súper alimentos en su dieta.



