Bayer celebra un foro de expertos en Fruit Logística para analizar los retos del sector hortofrutícola

Bayer **ha participado en** Fruit Logística 2017**, celebrada en Berlín, a través de un foro de expertos en el que se ha analizado y debatido sobre los retos y oportunidades de la producción de frutas y verduras en Europa. A través de esta iniciativa, Bayer hace firme su apuesta por la asociación de todas las partes de la cadena alimentaria para responder a las necesidades de los consumidores.**

El Foro de Bayer celebrado en el marco de Fruit Logística 2017 ha reunido a expertos nacionales e internacionales para responder a los “Retos y oportunidades de la producción de frutas y verduras en Europa”. Así, Juan Colomina, consejero delegado de Coexphal (Asociación de Organizaciones de productores de frutas y hortalizas de Almeria) *ha destacado como principal reto, junto con la innovación, la sostenibilidad tanto económica como medioambiental y ha insistido en la importancia de la colaboración de todas las partes implicadas ya que se comparte un mismo cliente: el consumidor.*

Por su parte, para Christophe Bouchet, director de producción de Primor Fruit, la colaboración en la iniciativa de Bayer, Food Chain Partnership (FCP), *les ha permitido trabajar en una mayor reducción de los niveles de residuos y de los efectos medioambientales.*

> Expertos internacionales como Freshfel, Greenyard y Netafim han hecho hincapié en la orientación al cliente y en la necesidad de trabajar desde la creatividad para buscar nuevas formas de consumo de fruta y verdura más fáciles

Food Chain Partnership

La iniciativa Food Chain Partnership de Bayer se basa en la propuesta de soluciones integradas y adaptadas que abordan los retos locales de los productores y de la cadena de suministro. "No trabajamos con soluciones preparadas", apunta Ronald Guendel, director global de Food Chain de la división Crop Science de Bayer. *"En cada uno de nuestros proyectos comprobamos la situación in situ y hablamos con nuestros socios para saber cuáles son sus verdaderas necesidades. Una vez tenemos esta información, desarrollamos planes de acción individuales y aportamos a los productores las herramientas necesarias para satisfacer sus necesidades".*

"Food Chain Partnership ha tenido una gran evolución durante esta última década. Se ha convertido en un vínculo indispensable entre las distintas partes de la cadena alimentaria y *de los 230 proyectos que hay en marcha en el mundo, 125 se están llevando a cabo en España"*, señala Francisco Miró, director de FCP en Iberia.

Para Bayer la sostenibilidad es una parte integral de su estrategia. "Estamos comprometidos con la agricultura sostenible y tenemos la misión de garantizar la seguridad mundial de alimentos mediante la producción de cultivos eficientes, sanos y nutritivos", explica Mathias Kremer, Head of Crop Strategies and Portfolio Management de la división Crop Science de Bayer. "Junto con nuestros socios estamos buscando sistemas que permitan que la agricultura sea más sostenible y ecológica, pero también viable para los agricultores desde el punto de vista económico".

Propuestas más prácticas para el consumidor

El equipo de Vegetable Seeds de Bayer ha utilizado el encuentro Fruit Logistica para lanzar algunas de sus innovaciones para la cadena de productos frescos. A modo de ejemplo, una tendencia que se ha impuesto claramente ha sido la producción de lechuga hidropónica. Estas plantas crecen en un invernadero a partir de una solución de agua rica en nutrientes. A simple vista, producir lechuga hidropónica resulta más caro que cultivarla en la tierra. Sin embargo, son muchos los beneficios que aporta. *Cultivar en un invernadero significa que los productores no dependen del clima, que ven los resultados antes y que pueden cultivar mucho más a menudo*. Para los consumidores y los procesadores, *la lechuga hidropónica es más fácil de manejar, ya que no tienen que lavar el cultivo con tanta dedicación*. *Además, durante la etapa de crecimiento, los consumidores pueden comprar un producto fabricado de manera sostenible que requiere menos substancias para proteger el cultivo.*

> Bayer también ha presentado un nuevo formato de snack a base de zanahoria que contiene cuatro colores diferentes y que se basa en distintas variedades de NunhemsTM Imperator. Cada snack tiene su propio sabor y componentes, y los productores se benefician de su resistencia a las plagas

En comparación con las zanahorias tradicionales, estas son más crujientes, más dulces y tienen un color mucho más atractivo. Además, la compañía también ha presentado la marca MinigustosTM, que se ha lanzado recientemente y que representa la primera marca del mundo que se dedica a producir snaks de verduras sabrosos, crujientes y atractivos. *Minigustos, un snack a base de pepino, se convertirá el primer lanzamiento de la marca.*

Fuente: Bayer

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

??Bayer presenta las dos primeras certificaciones del nuevo módulo Add-Onde FoodChainPartnership

??Bayer y Monsanto se fusionan para liderar en soluciones agrícolas