El 80% de los cítricos españoles consumidos en China son de Bollo Natural Fruit

Además de los cítricos, Bollo Natural Fruit se ha convertido en la primera empresa en importar el melón de piel de sapo a China, siendo el principal productor a nivel mundial y marca de referencia en esta fruta.

Bollo Fruits, marca del grupo Bollo Natural Fruit , reafirma su apuesta y compromiso por las exportaciones en Asia, con el lanzamiento de su nueva campaña de cítricos en China, así como con un servicio continuado y sin interrupciones de estas frutas durante los 12 meses del año. Gracias a esta estrategia, Bollo se posiciona como uno de los principales exportadores del país asiático, **siendo el productor del 80% de los cítricos españoles que se consume.** La empresa convive con el cultivo local en temporada y ofrece su producto en la época en la que no se puede producir por condiciones climatológicas.

Bollo, en poco más de seis años de presencia en Asia, ha conseguido llevar sus productos

a Corea del Sur, Malasia, Indonesia, Singapur, India y China. Esta ampliación se enmarca en la estrategia de ‘glocalización’ del grupo, mediante la que la globalización de la marca se adapta a los valores de cada región y cultura, adaptando sus servicios y productos a la cultura local de cada país, como productos específicos para festividades, adaptación al código de color de las culturas, envases específicos demandados por el mercado local. Además de los cítricos, Bollo se ha convertido en la primera empresa en importar el melón de pie de sapo a China, siendo el principal productor a nivel mundial y marca de referencia en esta fruta. También pone a disposición en este mercado otros productos como como cerezas, peras o arándanos.

Líder en exportaciones en todo el mundo

A través de este plan de expansión, **Bollo ya cuenta con un potente portfolio de exportaciones a 56 países** y presencia en todos los continentes. Esto ha sido posible, en parte, gracias a implantar el proceso *cold treatment* en exportación naviera, siendo la primera de las primeras empresas que lo instaura y con el que consigue ofrecer una mayor calidad de los productos en su maduración.

La estrategia de Bollo marca un mapa ‘ultramar’ en el que la compañía pretende unir todos sus puntos de exportación. El mayor ejemplo se encuentra en la filial de Brasil donde Bollo ha participado como uno de los players principales, junto al Gobierno del Estado do Rio Grande do Norte, la Secretaría de Agricultura, dirigentes de la compañía aérea LATAM Airlines y Fermac Cargo, para apoyar y fomentar una línea regular de tráfico aéreo desde el aeropuerto internacional Aluízio Alves, en São Gonçalo do Amarante, para frutas y otros productos de interés del sector, con los principales mercados del mundo. Además, Bollo Brasil es la primera empresa productora de frutas en mantener una relación comercial estable con China.

Calidad premium por todo el mundo

La calidad del melón de Bollo ha sido reconocida por los consumidores españoles otorgándole el ‘Sabor del año 2024’ a la variedad piel de sapo, por octava vez consecutiva, y a la variedad Sweetheart, tras haberlo recibido también en 2021. Además, ambas variedades han sido premiadas con este mismo galardón por los consumidores franceses con el ‘Saveur de L’anné 2024’.

Tanto estas variedades de melones como el resto de las frutas que Bollo exporta por todo el mundo son garantía de calidad y de productos frescos premium, que no se pueden cultivar en cualquier parte. Por ello, la empresa confía en las exportaciones como una de sus apuestas clave en su estrategia comercial, posicionándose así como referente en la producción de fruta de calidad en los países donde tiene presencia.