

# Dossier de Prensa

Septiembre 2021





## Índice:

1. Nuestros principios
2. Origen de la empresa
3. Primaflor hoy
4. Gamas de productos
5. Certificaciones
6. Mimaflor, nueva marca de Primaflor
7. Comprometidos con el medio ambiente
8. Comprometidos con las personas
9. Comprometidos con el bienestar social. La fundación Primaflor
10. Alianza con Rodrigo de la Calle
11. Enlaces de interés



## 1. Nuestros principios

- Creemos en la TIERRA como parte de nuestro producto
- Creemos en la DIETA MEDITERRÁNEA
- Creemos en las PERSONAS
- Creemos en la TECNOLOGÍA LIMPIA y sostenible
- Creemos que la SALUD es un derecho de todos
- Creemos en la INTERNACIONALIZACIÓN
- Creemos en la INVESTIGACIÓN como base del conocimiento
- Creemos en la VIDA ACTIVA



## 2. Origen de la empresa

Primaflor nació en la década de los 70 en Pulpí, Almería, con una vocación internacional y con un fuerte compromiso con la innovación. La compañía comenzó su actividad con la producción y comercialización de flores y actualmente es un referente del sector agro-alimentario con un catálogo de productos que abarca más de un centenar de referencias.

Desde sus inicios, en la década de los setenta, la innovación y la sostenibilidad forman parte de la estrategia de negocio. De hecho, el lema de su presidente y co-fundador, Lorenzo Belmonte, era “innovar es mejorar todo aquello que uno hace, buscar la forma de ser el mejor”, por eso en los años 90 la compañía implantó su estrategia de diversificación y de técnicas de cultivo sostenible.

### Hitos

- Años 70
  - Cecilio Peregrin y Lorenzo Belmonte fundan Primaflor, empresa destinada a la producción y comercialización de flores.
- Años 80
  - Paso de las flores a las hortalizas.  
Con redes de distribución y clientes por toda Europa, comienza la producción de vegetales: lechuga iceberg y cogollos, productos que eran compatibles con el transporte de las flores.
- Años 90
  - Primaflor comienza a suministrar de forma directa a cadenas de distribución españolas y europeas.
  - Se establece la producción durante las 52 semanas del año, cultivando en fincas en distintas altitudes, adaptándose y respetando el crecimiento natural de cada producto.
  - Ampliación de las instalaciones de Pulpí.
- Año 00
  - Expansión internacional.
  - Nueva planta especializada en ajos pelados listos para el consumo.
  - Nueva planta de ensaladas preparadas en Canalejas, Cuevas de Almanzora, con una producción en el último ejercicio de 19.000 toneladas



- Año 10
  - Primaflor adquiere Ensaladas Verdes, una fábrica de ensaladas preparadas situada en la provincia de León. Esta adquisición es clave para el suministro de ensaladas preparadas en la zona Norte de España y Portugal.
- Año 20
  - Nueva marca comercial: Mimaflor, una empresa volcada en el cuidado de las personas.
  - Más de 2.500 empleados y una superficie de cultivo localizada en Almería, Albacete, Granada y Murcia y con climatologías diferentes, garantizan la continuidad de la calidad de los productos las 52 semanas del año.



### 3. Primaflor hoy

Primaflor hoy es una de las empresas líderes en cultivo y venta de hortalizas en todo el mundo. Toda la producción es propia, lo que ayuda a suministrar sus productos a más de 32 países.

Primaflor cultiva y produce alimentos de valor añadido para alcanzar los objetivos de la Dieta Mediterránea, siendo las lechugas de distintas variedades su gran especialidad. En los últimos años, y dentro de su orientación al consumidor, la empresa ha realizado un importante esfuerzo e inversiones de I+D+I para desarrollar nuevos productos y propuestas dentro de los ámbitos de la IV, V gama y snacks.

La sede de Primaflor se encuentra en Pulpí, Almería, lugar donde se ubican las oficinas y tres de las cuatro plantas de procesado de la empresa, situándose la cuarta en León. La superficie de cultivo se extiende por Almería, Albacete, Granada y Murcia y los productos se comercializan a más de 400 clientes de 32 países del mundo, siendo el 41% de su facturación fruto de la exportación a mercados de toda Europa.

Actualmente Primaflor cuenta empleados de 28 nacionalidades, hasta 2500 en temporada alta, de los cuales un 51,7 son mujeres y un 48,3% hombres agrupados en puestos de dirección, administración, técnicos y operarios de campo y fábrica.

#### Principales magnitudes 2020

- Facturación: 197 millones de euros.
- Ebitda: 6.1 millones de euros.
- Referencias: 200 referencias comercializadas.
- 180 mil toneladas de productos vendidos.
- 7 millones de euros en I+D+i al año durante las 6 últimas campañas.



### Principales hitos 2020

- Cuidado por el planeta. Uso de rPT (PET reciclado) en los envases de IV gama.
- Autogestión de los residuos. Implantación del modelo de economía circular en el proceso productivo de Primaflor, mediante la conversión de residuos vegetales en materia prima (compost) para nuestras fincas de producción agrícola.
- Movilidad sostenible. Incorporación de coches eléctricos a la flota empresarial.
- Agricultura de precisión. Uso de drones y sensores inteligentes.
- Proyecto con el centro tecnológico AINIA para la puesta en marcha de medidas de la Economía Circular y reducción de plásticos de un solo uso.
- Sostenibilidad. Iluminación led en fábricas, almacenes y oficinas.
- Adhesión a “Climate Ambition Accelerator”, el programa del Pacto Mundial de Naciones Unidas para conseguir una reducción de las emisiones.
- Acuerdo con Kimatec, multinacional biotecnológica española dedicada a la investigación y a la comercialización de biopesticidas, bioestimulantes, prebióticos y probióticos para la agricultura, con el objetivo de avanzar en su objetivo hacia el residuo cero, convirtiéndose en la primera empresa del sector en lanzar una gama de productos de hoja con residuo cero.



#### 4. Gamas de productos

Más de 200 referencias comercializadas

- **De la Tierra. 62,6% de las ventas**  
Producto fresco. Variedades de lechuga y hortalizas.
- **Ensaladas. 27,6% de las ventas**  
Hojas de lechugas y lechugas baby cortadas, lavadas y envasadas. Listas para consumir.
- **Ensaladas IV Gama. 8,1% de las ventas**  
Ensaladas IV Gama acompañadas de toppings variados, salsa y tenedor “on the go”. Envases r-PET, economía circular.
- **Picoteo saludable. 1,6% de las ventas**  
Snacks de base vegetal y complementos para ensaladas, envasados y listos para consumir.
- **Microondables**  
Recetas de comidas completas y variadas en formato individual para cocinar al microondas y en envase reciclable.



## 5. Certificaciones

### TESCO NURTURE

Garantiza la calidad y salubridad de los productos hortofrutícolas comercializados en los supermercados de la cadena británica TESCO.

### CERT. SOCIAL GRASP

Evaluación de riesgos GLOBALG A P para las buenas prácticas sociales en las explotaciones agrícolas

### CERT. SOSTENIBILIDAD FIELD TO FORK

Buenas prácticas agrícolas respetuosas con el medioambiente Supermercados británicos M&S.

### MIEMBROS ASOCIACIÓN 5 AL DÍA

Asociación sin ánimo de lucro cuyo fin consiste en fomentar el consumo diario de frutas y hortalizas frescas.

### MCDONALD ´ S FLAGSHIP FARMERS

Producción agrícola sostenible en la cadena de suministro de McDonald´s.

### CERT. SOSTENIBILIDAD LEAF MARQUE

Producción agrícola sostenible protegiendo el medio ambiente.

### CERT. CALIDAD GLOBAL G A P

Buenas prácticas agrícolas, de seguridad alimentaria y sostenibles durante todo el proceso de producción del producto certificado.

### CERT. CALIDAD ISO 9001

Estándar de certificación que determina los requisitos de un sistema de gestión de calidad.

### HUELLA DE CARBONO

Cálculo de emisiones GEI de fincas de producción agrícola y centros de procesado IV y V gama.

### CERT. SOSTENIBILIDAD CHEP

Cuantificación de beneficios medioambientales por el uso del sistema pooling de pallets (intercambio y reutilización)



#### CERT. CALIDAD QS

Seguridad alimentaria de todos los procesos de la cadena de suministro según el estándar QS.

#### CERT. CALIDAD AGRICULTURA ECOLÓGICA

Seguridad alimentaria de todos los procesos de la cadena de suministro según el estándar QS.

#### CERT. SOSTENIBILIDAD: IFCO

Cuantificación de beneficios medioambientales por el uso de cajas reutilizables de plástico y concepto smartcycle.

#### CERT. CALIDAD BRC

Estándar de seguridad alimentaria, calidad y criterios operativos de los alimentos requeridos para organizaciones dedicadas a la fabricación de alimentos.

#### CERT. SOSTENIBILIDAD PLANET PROOF

Producción agrícola sostenible protegiendo la naturaleza, el medio ambiente, el clima y la biodiversidad.

#### CERT. CALIDAD IFS

Estándar de seguridad alimentaria aplicable a procesado y tratamiento y/o manipulación de productos a granel y/o actividades realizadas durante el primer empaquetado.

#### PREMIOS SABOR DEL AÑO 2019 Y 2020

Sello de calidad otorgado por los consumidores que garantiza el buen sabor.



## 6. Mimaflor, nueva marca de Primaflor

Los mismos productos, con la calidad de siempre, pero con una denominación que transmite fielmente los valores de una empresa en transformación constante: verduras y hortalizas cuidadas con mimo desde la semilla, bajo criterios de responsabilidad y sostenibilidad agraria, orientada a sus clientes y trabajadores. Mimaflor es el resultado de la aplicación de estos valores y una empresa que se adapta de forma rápida a nuevas realidades y hábitos de consumo gracias a la innovación continua.

Mimaflor es el resultado de la puesta en valor de uno de los pilares fundamentales de la compañía: el cuidado de las personas a través de la frescura de sus productos y el beneficio que suponen para la salud. Por ello, y de esta realidad, surge “Amor por el bienestar”, slogan de la campaña sobre la nueva marca y de todo el universo en torno a este posicionamiento y filosofía: los clientes están en el centro y el mimo se dirige hacia ellos, porque su satisfacción es el objetivo fundamental para Primaflor.

Mimo aplicado a toda la cadena de valor, empezando por el cuidado del planeta, uno de los valores principales de Primaflor. La tierra, el campo, es el lugar donde crecen sus productos, y ahí es dónde comienza el mimo y la aplicación de criterios de sostenibilidad.

### Una imagen diseñada con “mimo”

El estilo gráfico de la nueva imagen también refleja ese cuidado a través de los colores y la tipografía, así como con las imágenes que acompañan cada campaña, siempre simpáticas y cercanas, buscando una conexión real con el consumidor.

La parte iconográfica de la marca es una flor que hace referencia a los orígenes de esta empresa familiar, las flores. El trazo abierto junto a la forma irregular y orgánica del icono, transmite la frescura de los productos Mimaflor. Completa el logotipo, una tipografía trabajada y cuidada, formando la palabra Mimaflor. De remates suavizados con un acabado redondeado, el diseño gráfico busca la asociación con los ángulos de la flor.

Mimaflor (marca comercial) y Primaflor (marca de empresa) compartirán la misma imagen (flor y tipografía) para que ambas convivan bajo una misma dirección e identidad visual.



## 7. Comprometidos con el medio ambiente

Primaflor se compromete con la gestión ambiental responsable, en base al concepto de economía circular, que involucra el ciclo de vida del producto, desde el campo hasta el consumidor, con especial hincapié en la preservación y optimización del uso del agua, la eficiencia energética, el cero desperdicio y gestión del plástico y la minimización de huella de carbono que permita minimizar los impactos sobre el cambio climático.

La tierra y el campo son los lugares donde crecen los productos, por lo que el trabajo constante se enfoca en priorizar la sostenibilidad de los cultivos, disminuyendo el uso de recursos en todo el ámbito productivo y fomentando la eficiencia energética.

Muestra de ello es la aplicación de tecnología agrícola en las instalaciones de la empresa, la gestión eficiente del agua, con una inversión en marcha para implantar un sistema de distribución de agua inteligente en semilleros robotizados, además del desarrollo de proyectos innovadores cuya finalidad es la puesta en marcha de políticas agrarias sostenibles, como el proyecto con AINIA para la reducción del plástico, ecodiseño, reusabilidad y reciclabilidad o la implementación de un proceso de compostaje para la conversión de restos vegetales en compost. Además la empresa ha cerrado un acuerdo estratégico de investigación y desarrollo con la biotecnológica Kimatec para avanzar en el objetivo residuo cero en los cultivos de hoja al aire libre, mediante soluciones 100% naturales, innovadoras y sostenibles. El acuerdo permitirá crear el mayor centro de investigación dedicado a la agricultura natural de Europa. De esta manera, Primaflor será la primera empresa del sector en lanzar una gama de productos de hoja con residuo cero, gracias al desarrollo y uso de bioinsumos específicos dirigidos a cultivos de exterior, que nos permitirá cumplir con los requerimientos de reducción del uso de materias químicas y fertilizantes nitrogenados en las producciones agrícolas.

La empresa está además ultimando el suministro de energía renovable, lo que permitirá una considerable reducción de las emisiones GEI.

En cuanto a sellos de seguridad ambiental, la empresa cuenta con los certificados de Sostenibilidad IFCO –2019/2020 y CHEP - 2019/2020.



## 8. Comprometidos con las personas

La salud es un derecho de todos y desde Mimaflor se apuesta por la dieta mediterránea, basada en el consumo diario de verduras y hortalizas, como un eje de la alimentación saludable que, asimismo, ayuda a prevenir enfermedades, refuerza nuestro sistema inmunológico, favorece el buen funcionamiento del organismo, repercute positivamente en nuestro estado de ánimo y ayuda al bienestar psicológico.

Su empeño por facilitar una alimentación nutritiva y equilibrada se materializa en el cultivo de productos hortofrutícolas que se adaptan a los nuevos estilos de vida saludables de los consumidores. En Mimaflor se controla toda la cadena de valor, desde la semilla hasta el cliente final; se mima y cuida el agua y la tierra y se presta especial atención al crecimiento natural de todas las variedades. Todo ello permite garantizar la máxima calidad de los productos que llegan a las mesas de millones de personas.



## 9. Comprometidos con el bienestar social. La fundación Primaflor

La Fundación Primaflor tiene como objetivo la promoción del bienestar social a través de actividades culturales y deportivas, el desarrollo de actividades que mejoren la calidad de vida, y la cooperación en la economía social y local de su área de influencia (Pulpí, Cuevas de Almanzora, Lanteira y Calahorra). Desde la Fundación Primaflor se apoyan a más de quince entidades sociales como Cruz Roja y el Banco de Alimentos.

El pasado mes de junio, la Fundación Primaflor firmó un convenio de colaboración con la Universidad de Almería para la creación y desarrollo de la Cátedra Primaflor de Agricultura Sostenible y de Alimentación Saludable. Mediante la creación de esta cátedra, la Fundación Primaflor, comprometida con la sostenibilidad, el medio ambiente y la promoción de un estilo de vida sana, basado en una nutrición equilibrada, apuesta por promover la investigación, la innovación y la docencia en dos áreas de conocimiento esenciales para unas mejores prácticas agrarias: la sostenibilidad y la alimentación saludable.



## 10. Alianza con Rodrigo De La Calle

Uno de los objetivos de Primaflor es promover un estilo de vida saludable y una alimentación basada en la Dieta Mediterránea. Rodrigo de la Calle, Estrella Michelin y Premio Nacional de Gastronomía Saludable, es un fiel defensor de los vegetales, impulsor de la gastrobotánica, creador de “la revolución verde” y embajador de la marca.

La colaboración con el chef, además de la participación en encuentros gourmet del sector, incluye la elaboración de un estudio y la conceptualización y desarrollo de una nueva gama de productos. Todas estas acciones están enfocadas a la divulgación de la importancia de cuidar todo el proceso de producción para mantener el sabor, propiedades y nutrientes de los productos.

Rodrigo tiene un espacio propio de investigación en Primaflor, un huerto en el que prueba semillas exóticas de vegetales asiáticos o africanos.

Para Primaflor la colaboración con Rodrigo de la Calle supone un gran hito por su forma de creativa de trabajar con los productos de la huerta, mimándolos para elaborar recetas respetuosas con el medio ambiente y donde el placer gastronómico y la salud se dan la mano.



## 11. Patrocinios

En línea con la promoción de la salud como un derecho universal, desde Primaflor se apuesta por la vida activa, el deporte y la cultura, siendo el deporte infantil objeto de la máxima implicación. Así, existe una fuerte apuesta por las bases deportivas, ya sea a través del patrocinio o el mecenazgo de equipos o eventos.

Entre estas relaciones destaca el hermanamiento con la Legión y la presencia en dos de las carreras cívico-militares de ultrafondo más relevantes de España, “101 de Ronda” y “La Desértica”, con las que Primaflor contribuye a la buena alimentación del deportista y, en general, al apoyo de actividades deportivas en beneficio de la salud.

### Patrocinador del equipo de MTB Primaflor Mondraker XSauce

Primaflor es el patrocinador del equipo de MTB Primaflor Mondraker XSauce, subcampeón internacional Elite UCI y el considerado segundo mejor equipo del ranking UCI 2019 y Top3 2020 cuyos nueve corredores cubren todas las disciplinas y categorías de este deporte. Desde el inicio de la colaboración con el Primaflor Mondraker XSauce, se han conseguido grandes logros, siendo el año 2109 su año dorado, al alcanzar el objetivo marcado hace 4 años de conseguir la ELITE UCI. Siguiendo su filosofía, Primaflor apuesta tanto por la cantera como por la veteranía y la internacionalidad de los corredores.

### Otros patrocinios

Del mismo modo, Primaflor apuesta por equipos deportivos locales que practican modalidades como balonmano, triatlón, ciclismo, golf, atletismo, trail o senderismo, deportes que fomentan el trabajo en equipo, el esfuerzo y el afán de superación.

En línea con el cuidado por sus empleados, Primaflor desarrolla actividades en beneficio de la salud, fomentando el deporte en equipo, ya sea organizando de días de convivencia mediante torneos de fútbol y pádel internos, ya sea subvencionando la práctica deportiva.



## 12. Enlaces de interés

- Vídeo corporativo:
- [https://www.youtube.com/watch?v=gf3HFZO\\_3lc](https://www.youtube.com/watch?v=gf3HFZO_3lc)
- <https://www.facebook.com/mimafloroficial>
- <https://twitter.com/mimafloroficial>
- <https://www.linkedin.com/company/primaflor/>
- <https://www.instagram.com/mimaflor/>
- <https://mimaflor.es/noticias>

Más información:

Alana Consultores de Comunicación

Nuria Sánchez/Laura Hermida

91 781 80 90

[nsanchez@alanaconsultores.com](mailto:nsanchez@alanaconsultores.com) // [laura@alanaconsultores.com](mailto:laura@alanaconsultores.com)

