

Miguel Ángel Jiménez Bosque

CEO

JIMBOFRESH INTERNATIONAL

“**JimboFresh es sinónimo de innovación**”

■ POR J. C. LOZANO

JimboFresh International es una compañía hortofrutícola murciana, comercializadora de diversos productos, tanto de verano (melón y sandía) como de invierno (coliflor, brócoli, lechuga y romanesco, entre otros), si bien la joya de la corona es el melón: “En nuestra empresa tenemos pasión por el melón, por lo que cultivamos diferentes variedades únicas, especiales y que mantienen el sabor tradicional”, explica el CEO de la compañía, Miguel Ángel Jiménez Bosque.

Entre las variedades de melón cultivadas y comercializadas por JimboFresh se encuentran Jimbee (con piel lisa de color crema avainillado y carne naranja), Okashi (de influencia oriental), Waikiki (de piel blanca perlada y carne salmón, con reminiscencias exóticas), Le Petit Cupidon (con corteza estriada y tintes afrancesados) y Lililup (un mini melón *ready to eat*).

Jiménez Bosque quiere poner, precisamente, el foco de este reportaje sobre Lililup, pero para terminar la aproximación sobre la compañía que dirige conviene señalar que la filosofía de la empresa se centra en recuperar las sensaciones de antaño, devolviendo al consumidor los anhelados sabores tradicionales del melón. Y para conseguirlo, los valores de JimboFresh son cuatro: sostenibilidad, compromiso con el cuidado medioambiental; calidad, comercializando un producto único y de calidad; deporte, con una lucha constante por conseguir los objetivos; e innovación, ya que el ADN de la compañía busca constantemente la innovación, tanto en productos como en eficiencia.

“En JimboFresh siempre hemos apostado por la innovación, por nuevas propuestas que seduzcan al consumidor y que le aporten nuevas experiencias”, explica el CEO de la empresa de La Unión, añadiendo que, dentro de la amplia variedad de propuestas comercializadas, “nos hemos centrado en variedades



LAS CUATRO CLAVES

JIMBOFRESH

■ EL ROL DE LA INNOVACIÓN

“La apuesta por la innovación contribuye a nuestro gran crecimiento”

■ EL FACTOR DIFERENCIAL

“Buscamos el disfrute en la naturaleza, sin pervertirla, respetándola y cuidándola”

■ PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO INMEDIATO

“Lililup marcará un antes y un después en la forma de comer el melón”

■ LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA

“La prescripción de Jordi Cruz abala el producto”

Lililup®

**Disfruta del
mejor sabor,
todo el año.**



Lililup ofrece “un nuevo concepto para disfrutar del melón como ‘snack’, afirma Jiménez Bosque.

donde el tamaño es importante, como ocurre con el nuevo mini melón Lililup, que ofrece un nuevo concepto para disfrutar del melón como *snack*. De sabor intenso y exquisito, con carne jugosa y suave, idóneo para poderse comer con cuchara, Lililup ofrece “nuevas experiencias que marcarán un antes y un después en la forma de comer y disfrutar de la fruta”.

Nuevas propuestas en el lineal

El lanzamiento de Lililup refuerza la línea que mantiene la empresa en cuanto a su filosofía de trabajo donde la innovación es uno de sus pilares. “Han sido muchos años de arduo trabajo, cuyos frutos se aprecian ahora, aportando al consumidor una nueva experiencia de consumo y nuevas propuestas en el lineal del supermercado”, se congratula Jiménez Bosque, que, por otra parte, lleva su afición al deporte hasta el extremo de ser el presidente del equipo de fútbol sala Jimbee Cartagena, que milita en la Primera División española.

Cuestionado Jiménez Bosque por cómo surgió la idea de producir Lililup, responde que “ha nacido tras el trabajo de muchos años de experiencia, donde hemos ido escuchando y viendo los cambios en la demanda de los consumidores a la hora de consumir fruta”.

Ante unos núcleos familiares cada vez más pequeños, un ritmo de vida más rápido y un consumidor más exigente, JimboFresh se ha adaptado, ofreciendo “un producto fácil de consumir, saludable y respetuoso con el medio ambiente; se trata, en definitiva, de un producto de conveniencia, innovador y, sobre todo, sabroso”.

Lililup ya ha trascendido su fase de lanzamiento, encontrándose actualmente en periodo de consolidación y crecimiento. Este mini melón está disfrutando de una respuesta “muy positiva” en el mercado, contando además con la prescripción del *chef* Jordi Cruz, quien “no solo abala el producto, sino

que lo considera algo innovador en el mundo de la fruta”.

JimboFresh cultiva la mayoría de los melones en los fértiles campos de Cartagena, pero también cuenta con plantaciones en Brasil, Senegal y Marruecos, que permiten que Lililup se pueda comercializar durante todo el año en Europa, Asia y Oriente Medio. “Lililup sigue la línea que, desde hace unos años, ha tomado la empresa, respaldando su filosofía. JimboFresh es sinónimo de innovación y la apuesta que estamos realizando por Lililup contribuye al gran crecimiento que estamos registrando”, se congratula Jiménez Bosque.

Perseverancia y constancia

La apuesta por la innovación y nuevas variedades que está realizando JimboFresh no es flor de un día. Como la buena agricultura, la innovación necesita perseverancia y constancia... Por ello, la compañía murciana está embarcada en numerosos proyectos de I+D, como el que, junto a Agrícola La Asomada y Agrícola León, pretende optimizar y modernizar el riego en cultivos hortícolas, minimizando las pérdidas de agua por drenaje y evitando la lixiviación de nutrientes del suelo.

Asimismo, durante los últimos años también ha formado parte de los proyectos ‘Jimmatic’, cuyo objetivo es mejorar la producción de la variedad Jimbee mediante técnicas eco-innovadoras y nuevas metodologías de recolección; y ‘Ever-Fresh’, en colaboración con la Universidad Politécnica de Cartagena, para optimizar la comercialización de melones.

“Buscamos el disfrute en la naturaleza, sin pervertirla, respetándola, cuidándola y cuidándonos a nosotros porque formamos parte de ella y de ella depende nuestro futuro. Además, trabajamos para ser líderes en innovación”, concluye el CEO de JimboFresh.