

# Grupo Hortiberia, comercialización de productos hortofrutícolas de calidad diferenciada

Calidad, eficacia en el servicio y trabajo continuado todo el año son los tres pilares de esta empresa



A la izquierda, Fermin Sánchez,  
director gerente de Hortiberia.

A la derecha, Roque Madrid,  
presidente del grupo.

Foto de V. Vicens.

**E**l Campo de Cartagena es una de las comarcas más fértiles de la geografía española, al igual que las que la rodean. Los cultivos de hortícolas, frutales y cítricos ocupan la mayoría de los suelos agrícolas y son gestionados por agricultores que dedican su actividad profesional exclusivamente a la agricultura. Las técnicas son cada vez más avanzadas instalando, tanto en el campo como en las plantas de elaboración de los productos, los estándares de calidad más altos que imperan en el mercado y que son absolutamente necesarios para la venta de los productos en el exterior. Así lo confirma el grupo Hortiberia, creado en el año 2001 para la comercialización conjunta de frutas, cítricos y hortalizas. Esta empresa que responde al modelo de consorcio empresarial, está for-

El grupo Hortiberia es un consorcio empresarial compuesto por nueve socios que comercializan en común frutas, cítricos y hortalizas. Con sede en Cartagena alcanzan un volumen anual de 24.000 t que destinan en gran parte al mercado exterior y en su totalidad a las grandes cadenas de distribución. Esta última cuestión demuestra que sus esfuerzos en la aplicación de altos estándares de calidad en campo y elaboración de los productos han dado sus frutos.

**Elena Mármol.**

Ingeniero Agrónomo.

mada por nueve socios y tiene su sede en Cartagena, aunque su influencia se extiende a toda la provincia de Murcia y el sur de la de Alicante, regiones donde los so-

cios tienen sus empresas. Para el buen funcionamiento de la compañía, además de los nueve socios que trabajan directamente en la misma, dispone de un





grupo de profesionales que dominan diferentes idiomas quienes, coordinados por el director gerente, Fermín Sánchez, y el presidente, Roque Madrid, hacen frente a las necesidades que marcan los mercados diariamente.

### El Grupo Hortiberia

Como ocurre muchas veces, al empezar una nueva actividad empresarial se hace necesario un elemento que de alguna manera asegure la estabilidad del consorcio durante la primera época. En este caso, para dar sus primeros pasos Hortiberia contó con la ayuda económica del Instituto de Comercio Exterior, tanto para su formación como para el mantenimiento durante los primeros años, hecho que fue muy valorado por todos los socios, que insisten en la importancia de este tipo de iniciativas para que los proyectos se hagan realidad de una forma más cómoda. Sin embargo, después, todo depende de ellos y el éxito de la empresa está en sus manos.

En estos momentos, Hortiberia tiene un volumen de comercialización anual de 24.000 toneladas de frutas y hortalizas de alta calidad, aunque su base productiva anual se sitúa en 370.000 toneladas. Esta cantidad de productos agrícolas procede de las 9.800 ha de cultivo que tienen en la región, ubicándose las tierras

de cultivo de sus socios en las comarcas del Valle del Guadentín, Águilas, Campo de Cartagena y el sur de Alicante, fundamentalmente. Las nueve empresas asociadas son líderes en producción y comercialización de frutas y hortalizas, aplicando todas las innovaciones tecnológicas disponibles en el mercado para cultivar y confeccionar los productos que Hortiberia comercializa.

Por su parte, Hortiberia se encarga de aglutinar la oferta de sus socios, accediendo a las grandes superficies, a las que abastece de forma regular durante todo el año. Así, los agricultores que pertenecen al grupo tienen la gran ventaja de vender sus productos directamente a las principales cadenas de distribución de Europa, ofreciendo seguridad y tranquilidad a los socios que ponen toda su confianza en el mismo.

En cuanto a las exigencias que el Grupo Hortiberia pone a sus asociados son dirigidas hacia la máxima calidad y seguridad alimentaria de los productos, ya que estas cuestiones son los principales parámetros de la comercialización de sus productos.

Foto izquierda, melocotón. La fruta de hueso representa una parte importante del volumen de ventas del grupo.

Foto derecha, brócoli. La base productiva de Hortiberia se sitúa en 370.000 toneladas de productos hortofrutícolas.

# Para Fertirrigar, Controladores

## PROGRES



El controlador más vendido del mercado

### ACRÓNIC 2000

Fertirrigación convencional por tiempo o volumen, con modelos de 6 a 26 salidas configurables para sectores de riego, 1 motor, 4 fertilizantes, 4 agitadores, 1 inyectora y 9 filtros, más 5 entradas de señales. Opcionalmente, control de motores diesel, activación de solenoides latch, etc.

### ACRÓNIC 4000

Completísimo controlador para la fertirrigación convencional con modelos de 16 a 96 salidas configurables para sectores de riego, 4 motores, 8 fertilizantes, 8 agitadores, ilimitado número de filtros, limpieza de inyectoras y salidas alarma, más 12 entradas de señales. Actuaciones por tiempo, volumen y mixtas.

Opcionalmente, regulación del pH y lectura con alarma de la CE, control de motores diesel, activación de solenoides tipo latch, salidas analógicas para variadores de frecuencia, telegestión de datos mediante PC y/o a través de la recepción y envío de mensajes GSM de móvil, actuación sobre válvulas vía radio o monocabla, etc. A través de sondas puede influir en el inicio o en las unidades de riego y fertilización programadas.

Progres dispone además de otros controladores para la fertirrigación convencional e hidropónica, limpiar filtros, regular el bombeo, automatizar motores diesel, conocer las necesidades hídricas, gestionar comunidades de regantes, climatizar invernaderos y granjas, telegestionar por telefonía fija o móvil y vía radio, etc.

SISTEMAS ELECTRÓNICOS  
PROGRES, S.A.

Av. Urgell, 23 • 25200 BELLPUIG (Lleida) España  
Tel. +34-973 321 429 • Fax. +34-973 337 297

e-mail: info@progres-spain.com http://www.progres-spain.com





Así lo verifica la norma de calidad ISO 9001, obtenida por Hortiberia como consecuencia del riguroso trabajo que ha realizado en materia de calidad. Esta certificación tiene como pilar la mejora de las relaciones entre los miembros de una organización, cuyo resultado deriva en un aumento de las capacidades y rendimientos de la organización. Por ello, el grupo la considera fundamental para seguir siendo una empresa competitiva y permanecer en el mercado actual.

## Destino de sus producciones

Hortiberia vende sus producciones en toda la UE y en el mercado nacional, comercializando el 100% de sus productos a gran-

**Los socios de Hortiberia cultivan 9.800 hectáreas de frutas y hortalizas repartidas por Murcia y el sur de Alicante.**

des superficies de Alemania, Italia, Rusia, Francia, España y países del Este, principalmente. En estos últimos, considerados como países emergentes en cuanto a la comercialización de frutas y hortalizas, el grupo está haciendo un gran esfuerzo para introducirse y afianzarse en sus mercados, instalando operadores por petición de los socios. Por el momento, están bien posicionados en Polonia,



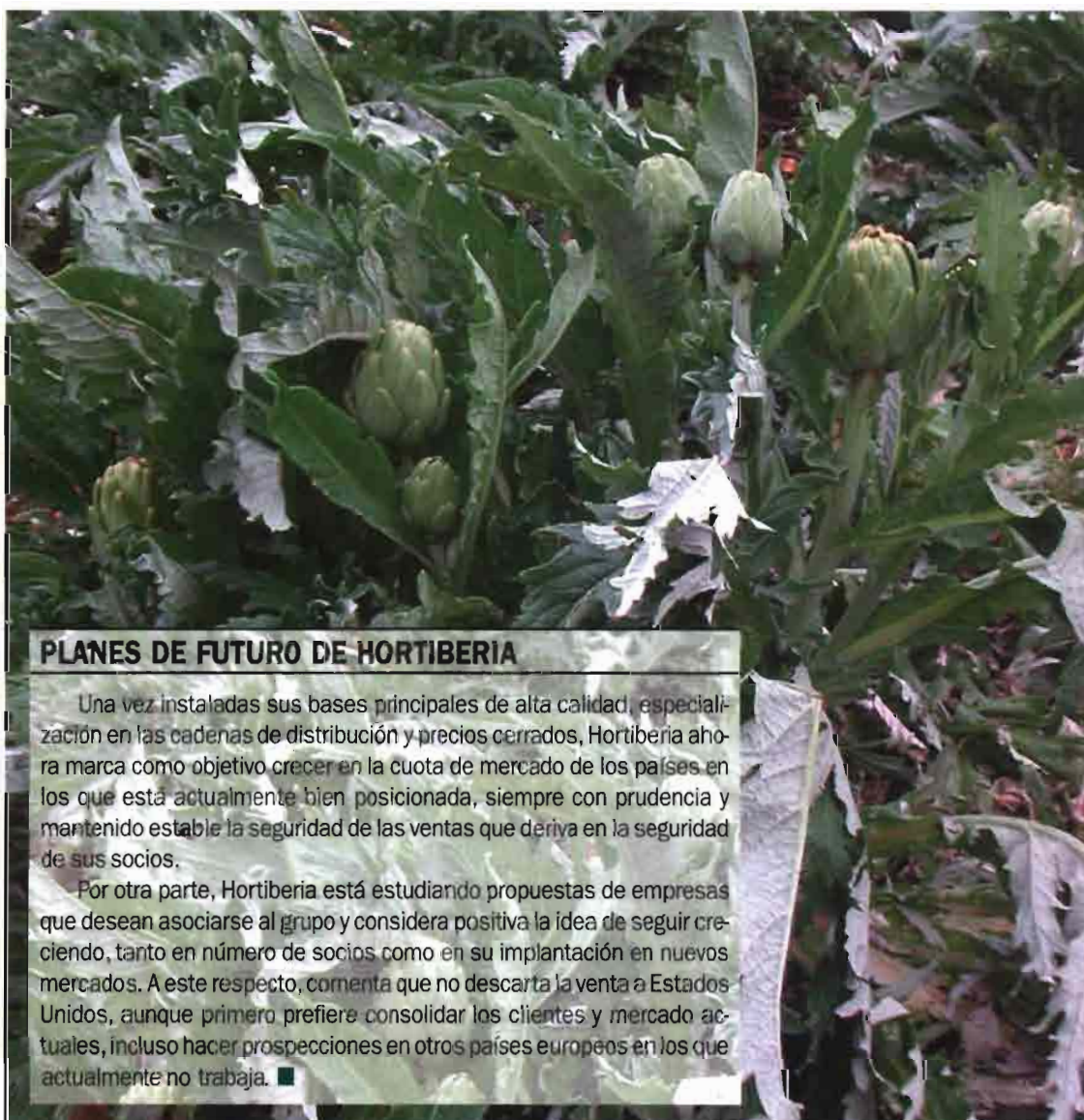
Chequia, Letonia, Estonia y Lituania. En cuanto a los productos principalmente comercializados

son: pimiento, alcachofa, tomate, brócoli y lechuga -en lo que se refiere a hortalizas-, cítricos y fruta de hueso.

Uno de los puntos más importantes demandados por las grandes superficies es que la mercancía que se entregue a lo largo del año sea homogénea en cuanto a calidad. Por ello, Hortiberia selecciona los productos, trabajando con los mayores calibres y atendiendo las demandas que realizan los compradores, así como cum-

pliendo las exigencias de calidad, servicio y gama de producto.

Otros de los puntos que desea resaltar esta empresa es la necesidad de concentrar la oferta y lo considera como una asignatura pendiente en el sector hortofrutícola y comercializador. Explica que en el caso de la demanda sí existe una gran concentración, controlando tres grupos el 50% de las compras y, por lo tanto, imponiendo los criterios de comercialización y los precios. Si ocurriera algo parecido con la oferta sería más fácil negociar los precios con los compradores pero, para eso, es necesario que todo o gran parte del sector exportador español esté unido y establezca unas bases y unas condiciones para la venta. Murcia es una región que está empezando a dar los primeros pasos en este sentido, aunque el grupo Hortiberia piensa que muchas veces la desconfianza y la falta de cooperación entre las distintas empresas son factores que retrasan el despegue de estos proyectos. Como ejemplo de concentración de la oferta quizás podríamos nombrar a Italia. En efecto, en este país el asociacionismo ha permitido que se pueda hacer frente a muchas dificultades y quizás sea un referente en el que deberíamos fijarnos para hacer un buen uso de nuestras potencialidades. ■



## PLANES DE FUTURO DE HORTIBERIA

Una vez instaladas sus bases principales de alta calidad, especialización en las cadenas de distribución y precios cerrados, Hortiberia ahora marca como objetivo crecer en la cuota de mercado de los países en los que está actualmente bien posicionada, siempre con prudencia y manteniendo estable la seguridad de las ventas que deriva en la seguridad de sus socios.

Por otra parte, Hortiberia está estudiando propuestas de empresas que desean asociarse al grupo y considera positiva la idea de seguir creciendo, tanto en número de socios como en su implantación en nuevos mercados. A este respecto, comenta que no descarta la venta a Estados Unidos, aunque primero prefiere consolidar los clientes y mercado actuales, incluso hacer prospecciones en otros países europeos en los que actualmente no trabaja. ■