

Guillem Adrover Sitges

Gerente de AGROILLA



En 1980, Guillem Agrover se integra al negocio familiar, la sociedad Agrover S.A.T. En 1992, y liderando un grupo de agricultores, Guillem, y otros 15 socios fundan Agroilla S.A.T. Consolidado el mercado de Mallorca, en 2001, la iniciativa empresarial da impulso a una delegación en Menorca, Agromenorca S.A.T. El grupo de productores con escasa capacitación de gestión que se agruparon en 1992, se ha convertido actualmente en el principal operador de frutas y hortalizas de Mallorca.

Agroilla destaca por su afán de investigación e innovación en productos que cubran las necesidades de un mercado en constante evolución. ¿Cuáles son sus criterios a la hora de lanzar un nuevo producto? ¿Qué tipo de estudios previos de mercado se llevan a cabo?

En Agroilla tenemos claro que el sector de la fruta y verdura no debe permanecer inmóvil ante los cambios del mercado, sino que debe mostrarse versátil y adaptarse a las crecientes necesidades de una sociedad cambiante. Tradicionalmente nuestro sector no ha reaccionado a las nuevas tendencias de los consumidores como lo han hecho otros sectores, como el lácteo.

Los hábitos de consumo están experimentando importantes variaciones debido a la influencia de determinantes factores socioeconómicos. La nueva configuración familiar, con un menor número de miembros, la inminente crecida del colectivo de los “singles”... lleva a una mayor diversificación del público al que nos dirigimos.

No debemos olvidar la relevancia que la cultura gastronómica está cobrando; cocinar se está convirtiendo en un hobby que aumenta la demanda de

“ **Reinventamos la agricultura para adaptar un sector tradicional a los estilos de vida actuales** ”

productos innovadores y creativos. Esto nos lleva a ofrecer productos con valor añadido, como la mini sandía Sandy, que lanzamos el verano pasado con gran éxito de ventas en España y que este año hemos llevado a países como Alemania y Gran Bretaña mediante un acuerdo con la empresa Naces. La IV Gama es otra línea de productos creados para facilitar el consumo, o las hierbas aromáticas, que dan un toque diferente a los platos.

¿Cuál es la relación de Agroilla con las empresas de semillas?

La relación es muy estrecha, ya que son las casas de semillas las que realizan una mayor investigación en nuevas variedades. Desde Agroilla apostamos y damos salida a esta innovación teniendo presente la importancia de una dieta sana y equilibrada, desarrollando productos de calidad que se adapten a las premisas del mercado. En otras palabras, reinventamos la agricultura para adaptar un sector tradicional a los estilos de vida actuales.

El consumidor quiere encontrar sus productos favoritos los 12 meses del año. ¿Qué acciones lleva a cabo Agroilla para poder garantizar esta presencia continua en las estanterías?

La alternativa a la producción local pasa por deslocalizar las zonas productivas, sembrando en diferentes zonas y por proveer géneros de contraestación de países como Chile, Brasil, Sudáfrica... De hecho, el acuerdo firmado con la almeriense Naces en 2006, mediante el que nos repartimos el calendario de producción y comercialización de la mini sandía, nos ha dado resultados magníficos. El año pasado vendimos más de 7 millones de kg de sandía.

¿Cuáles son los principales canales de distribución de los productos de Agroilla? ¿Qué acuerdos desarrolla la empresa con los distribuidores para la promoción de sus productos?

Agroilla distribuye sus productos a través de diferentes canales: la gran distribución como Mercadona y Caprabo, las cadenas de fruterías especializadas y HoReCa, ya que el sector de la restauración tiene un peso importante en la isla. Además, a través de un acuerdo

con El Corte Inglés, las tiendas de alimentación del grupo venden tomates de "ramellet" en toda la península. De esta especialidad y, sólo en los centros de Palma, se vendieron el año pasado 10.000 kg.

¿Cómo responde el consumidor español a la innovación en frutas y hortalizas?

Agroilla trata de poner la innovación al servicio del mercado, proporcionando productos en consonancia con una dieta sana y equilibrada, que respondan a las necesidades diarias de consumo y que resulten prácticos al consumidor. Estas características dan un valor añadido al público, lo que se traduce en una alta aceptación por su parte.

¿Qué ventajas encuentra Agroilla en el asociacionismo? ¿Cuál es el panorama actual de las asociaciones de productores de frutas y hortalizas en España?

Al principio teníamos cierta desconfianza en el asociacionismo. Agrupaciones similares habían fracasado, y la inversión inicial era bastante grande. Pero finalmente las ventajas de trabajar en grupo nos hicieron decidimos. Ahora, Agroilla es una compañía competitiva y capaz de hacer frente al mercado a través de innovación y desarrollo tecnológico. Optamos por una concentración de la oferta y, mediante alianzas estratégicas con empresas del sector, conseguimos dar un mayor servicio, tanto en calidad como en continuidad. Ésta es precisamente nuestra vocación.

¿Cuáles son los objetivos de Agroilla y sus planes para el futuro?

Acaba el año y es hora de plantearse nuevos objetivos para el próximo curso. Sin duda, es fundamental afianzar los resultados de la comercialización en la Península y en Europa de los últimos años y mantener nuestra posición dominante en Mallorca. El plan estratégico que actualmente estamos elaborando para el 2007-2012 tendrá mucho que decir en este aspecto.

Entrevista realizada por:

Marta Fdez-Rebollos
redaccion1@ediho.es



INYECTORES
HIDRAULICOS
FERTIC[®]
Caudal :25/500l/h
Presion: 1/12bar



INYECTORES
HIDRAULICOS
MULTIFERTIC[®]
Caudal :25/500l/h
Presion:1/15bar

CONTROLADORES DE FERTIRRIGACION
CONTROL PROPORCIONAL, PH, EC
CONTROLLER'2000[®]



COMPACT-V[®]
COMPACT-S[®]



AGITADORES DE
TURBINA
AG[®]

Av. Mar Adriatic, 1= 3. Pol. Ind. Torre del Rector
P.O.Box 60 / 08130 STA.PERPETUA
BARCELONA / SPAIN
Tel: +34 935 443 040
Fax: +34 93 5 443 161



INJECTION
TECHNICAL
CONTROL

7695 N. Palm Avenue,
Ste. 605
Fresno CA 93711
USA
Tel.1 559 261 4482

E-mail: lrc@lrc.es
<http://www.fertic.com>