



# Agroiris celebra sus primeros 30 años fieles al campo

Un líder carismático, un equipo comprometido y con un relevo garantizado han sido la base de tres décadas de éxito en las cuales el camino no siempre ha sido fácil

□ **Almudena Fernández**

La historia de Agroiris corre casi paralela al desarrollo agrícola de Almería y muy especialmente del Poniente almeriense. La capacidad de adaptación de esta empresa a los avances y exigencias del propio sector ha sido el motor de la entidad, que no habría existido sino fuese por la figura carismática del empresario Juan Antonio Díaz Planelles.

Los primeros pasos comerciales de Díaz Planelles los dio en el mundo de la uva de mesa o 'uva de Ohanes' para incorporarse después la Red Merco con destino 'MercoAlmería' en El Ejido. Desde esta localidad, Juan Antonio Díaz hizo tándem con Juan Antonio Petit; el primero como comercial y el segundo como gerente crearon SAT Agromurgi para, ya en 1994, dar el salto con el nacimiento de SAT Agroiris.

Treinta años después, la empresa es un ejemplo de gestión que ha destacado por su espíritu de sacrificio, su continuo proceso de cambio, dinamismo comercial y la búsqueda constante de la calidad en sus hortalizas. Con una plantilla de entre 1.000 y 1.500 trabajadores, en función del momento de la campaña, dispone en la actualidad de 700 agricultores socios y más de 2.000 hectáreas de cultivo vinculadas. Además, en la última campaña alcanzó una facturación de 220 millones de euros, 50 millones más que en el ejercicio justamente anterior, y una producción hortofrutícola de 180 millones de kilos.

Llegar hasta aquí no ha sido fácil. En abril de 1994, Díaz Planelles inició el proyecto de Agroiris junto con un grupo de agricultores para constituir oficialmente la empresa el 1 de julio de ese mismo año. En la primera campaña para SAT Agroiris, la de 1994/95, contaban con un centro de 4.200 metros cuadrados en el paraje de Tierras de Almería y otro centro de recogida más pequeño en Berja. Entonces la factu-



■ Vista aérea de la primera nave construida por Agroiris.



■ Autoridades como Manuel Chaves y Paulino Plata asistieron a la inauguración de SAT Agroiris en el año 1995.

ración final de ese primer ejercicio fue de 45 millones de kilos.

La acogida fue espectacular y, por ello, en el año 1995 se proyecta la nave principal de Agroiris que, aunque estaba prevista para la primera década de andadura, se acelera su construcción y puesta en marcha. En tiempo récord la empresa consigue abrir las instalaciones en diciembre de 1995 con la presencia de altas autoridades del momento como el presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves.

## El gran salto

Con solo tres años de trayectoria, Agroiris marca el primero de sus hitos históricos en el año 1998, cuya campaña cerró con 92 millones de kilos comercializados a los principales mercados y configurándose así como una empresa solvente que comenzaba a ser respetada entre los grandes clientes.

Sin embargo, no todo fueron rosas en el camino. Pese a la buena acogida de la empresa desde los orígenes, Agroiris tuvo, hasta 2004, el gran reto de asumir el coste de su inversión inicial con lo que se vio obligado a aumentar su capital social con el fin también de poder acceder a subvenciones que le diesen un balón de oxígeno a su funcionamiento.

En aquellos años, la agricultura almeriense dio su gran salto afianzándose como el principal motor económico de la provincia, ante lo cual surgieron importantes desafíos que hoy siguen sobre la mesa. Planelles se ha confesado siempre como un fiel defensor de la unión del campo y fue realmente una cuestión de la que se habló largo y tendido en los primeros años de este siglo. La gran distribución sí que estaba concentrándose en Europa para dar lugar a las grandes cadenas que hoy se conocen, mientras que en Almería es sector estaba completamente desunido con la consecuente sumisión en precios. Fueron años de intenso trabajo para la Mesa de la Comercialización o entidades como Coexphal y Ecohal y el ger-



Así nació Agroiris.

Directiva de Agroiris en una visita institucional.

men de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas.

Ya en el aniversario de su primera década, Agroiris realizó unas jornadas técnicas donde precisamente se abordó la necesidad de seguir ofreciendo un producto de alta calidad y la urgencia de concentrar la oferta. Sin embargo, los mensajes de la administración en este sentido y los de muchas empresas no terminaban de calar en la sociedad agrícola almeriense. En este contexto, tal y como ha explicado José Antonio Gutiérrez, miembro del consejo de administración de Agroiris, “se llegó a invitar a una veintena de empresas a participar en procesos de colaboración e incluso de fusión que fueron entendidos como un gesto de arrogancia por lo que durante años no se consiguió nada”. “Hubo tardes en las que se reunieron empresas y se dejó todo preparado para otro encuentro donde se comenzasen a firmar documentos, pero sin embargo no se presentó nadie a esa segunda reunión. Como si no se hubiese hablado nada”, afirmó.

SAT Agroiris, por su parte, entre los años 2008 y 2013 dio importantes pasos de colaboración con empresas materializando fusiones y compras de firmas también referentes como Mayba y Ejidoluz. En 2012, Agroiris también compra Campoalmería cuando ya contaba con las instalaciones de Río Doce en Adra y, poco tiempo después, se hace con la nave de Femago en Níjar.

“Con esto pasos Agroiris asemejaba su estructura a la más grande que podía haber en Almería y, sobre todo, lanzábamos un mensaje al sector: la fusión es posible y es una buena media”, añadió Gutiérrez. También en 2013 Agroiris firmó su entrada como nuevo socio de la cooperativa de segundo grado Anecoop.



Juan Antonio Díaz Planelles ha sido la figura esencial para el éxito de Agroiris en estos años.

### Salud económica

En los últimos cinco años, SAT Agroiris ha dado un gran salto cualitativo con la adquisición de la maquinaria más moderna para sus procesos de manipulado y especializado sus distintos centros de manipulado, actualmente seis.

Además, la empresa ha liquidado toda su deuda con lo que goza de muy buena salud económica, una característica no tan habitual en grandes empresas del campo almeriense. Con este panorama, Agroiris puede presumir de un prestigio en el mercado internacional ganado a base de seriedad durante 30 años de trabajo, una confianza que no todas las empresas han logrado con una posición sólida en origen. Su alta capacidad ante una demanda creciente y un relevo generacional

asegurado, gracias al reciente liderazgo de Javier Díaz, hijo de Planelles hacen augurar unos prósperos años de continuidad para una entidad que se ha definido “fiel a su campo” y a sus 700 agricultores.

Por último, para José Antonio Gutiérrez, la fórmula del éxito de Agroiris se ha basado en el líder carismático que siempre ha sido Juan Antonio Díaz Planelles y el comprometido equipo del que se rodeó en sus orígenes, tal y como ocurre con el actual. A ello se une que la Junta Rectora de Agroiris “es más una junta de amigos”, indicó. Además, la fórmula de liderazgo se mantiene intacta con la gerencia asumida por Javier Díaz hace más de un lustro. “La familia de Planelles ha sido siempre un gran apoyo”, finalizó.



Instalaciones de Ejido Luz.



Instalaciones de CampoAlmería.

# Encarar las exigencias del consumidor europeo como principal tarea

El trigésimo aniversario de SAT Agroirís ha contado con la celebración de una jornada técnica en el Teatro Auditorio de El Ejido de la mano de expertos de distintas casas de semillas

□ Almudena Fernández

En el marco de la conmemoración de las primeras tres décadas de andadura de la SAT Agroirís, la entidad logró reunir a cientos de socios y colaboradores en las jornadas 'El agricultor frente a las exigencias del consumidor europeo'.

Se trató de un evento que tuvo lugar en el escenario del Teatro Auditorio de El Ejido en la mañana del pasado 6 de septiembre y donde se escucharon las voces protagonistas de la historia de Agroirís como la de su fundador Juan Antonio Díaz Planelles o su actual director gerente Javier Díaz Sánchez. Junto a ellos, estuvo un nutrido grupo de especialistas del sector llegados de distintas casas de semillas que aportaron luz ante esas exigencias de los clientes finales que grandes empresas como Agroirís y, consecuentemente sus agricultores, tienen que responder.

El encargado de abrir el acto fue el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, quien reseñó la importancia del cooperativismo para la agricultura local y puso como ejemplo a Agroirís. "Es una cooperativa que cuenta con entidad, con trayectoria, y una hoja de servicios destacada dentro de nuestro municipio y de nuestra provincia, es una de las más importantes, por volumen de comercialización, masa social, hectáreas de cultivo y por su posición de liderazgo dentro del sector de la comercialización".

La cita contó con la presencia de la europarlamentaria Carmen Crespo, portavoz del Partido Popular europeo en la Comisión de Agricultura, que tomó la palabra para agradecer la oportunidad de "compartir con Agroirís el éxito de una de las cooperativas más importantes de Europa" además de animar a mostrar ese éxito, en el caso de su persona, en el corazón del continente. Así se refirió al "diálogo estratégico" planteado por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, para "comprender lo que pasa en el campo y darle más posibilida-



Los ponentes posaron al final del acto con la dirección de Agroirís. /FOTOGRAFÍAS: CARLOS BARBA

des". Crespo se refirió a cuestiones fundamentales para la agricultura local como la necesidad de no mermar en competitividad ganando en sostenibilidad, la tecnificación del sector o el relevo generacional.

Tras las intervenciones políticas, José Antonio Gutiérrez, miembro del consejo rector de SAT Agroirís, hizo un repaso de los hitos históricos que han marcado estas tres décadas desde que en el año 1994 surgiese la entidad bajo el liderazgo de Juan Antonio Díaz Planelles.

## Visión de los especialistas

A continuación, tuvo lugar un bloque técnico centrado en distintas intervenciones de profesionales que abordó esas demandas de los consumidores europeos y cómo el agricultor, desde su finca en Almería, tiene que trabajar para responder a ellas.

Carlos Gutiérrez, presentador del acto, fue el encargado de ir dando paso a cada uno de los ponentes. El primero en ofrecer su



Autoridades políticas, junto a Planelles y Javier Díaz antes del inicio del acto.

visión fue Francisco Marín, Account Manager Area Sales de BASF, abordó en su ponencia 'Tendencias del consumidor y más allá' datos de un profundo estudio de su empresa y que "nos dan pistas de lo que va a pasar en el futuro". Así habló de cómo gana importancia la transparencia y trazabilidad de los productos para el cliente final o cómo de importante es escuchar las nuevas tendencias de consumo sobre pro-

ductos snack, la necesidad de avanzar en la digitalización del sector agrícola o acortar los tiempos de desarrollo varietal para responder a desafíos como la aparición de nuevos virus. En definitiva, Marín insistió en que "los agricultores deben conocer esos datos para su toma de decisiones y deben tener claro también que su cliente final, para quien trabajan realmente, no es la comercializadora sino los consumidores;

unos consumidores que quieren ser más respetuoso con el medioambiente y comprar productos de empresas honestas y transparentes. Afortunadamente, es un contexto en el que Agroirís está muy bien posicionado y tiene mucho futuro", finalizó Francisco Marín.

A continuación, David Bodas, Key Account Value Chain en Syngenta, se centró en 'La sandía y las tendencias de consumo' poniendo sobre la mesa como los hogares tienen cada vez menos personas y, por tanto, reclaman productos de menor tamaño. "Los datos nos demuestran que crecen otros orígenes para la sandía como Mauritania y Senegal, no solo por ellos mismos sino porque el operador español también trabaja desde allí para clientes europeos", afirmó. En esta línea, Bodas destacó la oportunidad de desarrollar marcas para el consumidor "como una señal de identidad" pero también ahondó en las dificultades de breeding apostando por avanzar, en el marco nacional, en la implantación del sistema CRISPR, una nueva herramienta de edición genética que permitiría acortar los plazos.

En tercer lugar, Alberto Cuadrado, Chain Project manager en de Rijk Zwaan Iberica, se acercó a la 'Situación del mercado retail y relevancia de la marca', en una ponencia en la que animó a Agroirís "a asociarse con aquellos que crecen" destacando aquellas grandes superficies que mayor evolución tienen en Europa y que, además, apuestan cada vez más por tipologías como el exitoso Sweet Palermo, que Agroirís comercializa desde hace dos décadas. "Es importante el desarrollo de marcas, teniendo en cuenta la importante inversión que ello supone, pero una vez que llega a todo el canal, al consumidor final, permite unas ventas más estables y, en definitiva, un negocio más sostenible", indicó Alberto Cuadrado.

El bloque técnico avanzó con la intervención de Manuel Porras, responsable de Desarrollo de HM.CLAUSE. Porras hizo una 'Radiografía de una semilla' ofreciendo al público datos tan intere-



■ Carmen Crespo, europarlamentaria del PP, mostró su apoyo a Agroiris en su 30 aniversario.



■ El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora.



■ Juan Antonio Díaz Planelles fue el fundador de la empresa a principios de los 90.



■ Javier Díaz, director gerente de SAT Agroiris.



■ José Antonio Gutiérrez, miembro del consejo rector de SAT Agroiris, hizo un repaso por la historia de la empresa.

santes como que la inversión mundial en semillas es superior a la del sector automovilístico y alabando el trabajo de los productores porque “para lograr una semilla, el proceso empieza y acaba en los agricultores”. “No es fácil ver la información y tecnología que hay dentro de una semilla, un elemento que tiene un papel fundamental en el desarrollo de alimentos”, añadió el responsable de HM.CLAUSE.

Cerró las intervenciones profesionales Carlos Javier Herreñas, Product Manager West Europe de tomate y pimiento de Enza Zaden. Bajo el título ‘Alianzas estratégicas: Nuevo Paradigma ante las exigencias del consumidor europeo’ subrayó el crecimiento poblacional del planeta como en gran desafío en un panorama donde la superficie agrícola mundial ha llegado casi a su límite. En este contexto, aludió a la gestión de datos como “una herramienta” para ayudar al sector a sobrellevar los retos. “El paradigma ha cambiado y la forma de

competir tiene que adaptarse. Hay que reinventarse continuamente en el sector y Agroiris ha sabido hacerlo hasta ahora. Hay que seguir así, sin olvidar que para el consumidor lo fundamental es siempre el precio y la calidad del producto”, consideró Herreñas.

### Los orígenes y el futuro

Tras el bloque técnico, fue la dirección de la sociedad quien despidió el acto. Primero intervino Javier Díaz, director gerente de SAT Agroiris, quien remarcó que la empresa sigue “fiel al campo” trabajando en la reducción de residuos y enfocados en responder a las demandas de agricultores socios y clientes. Díaz hizo un repaso por lo que le espera a la empresa en los próximos tres años y señaló como retos de la entidad la mejora energética y, sobre todo, mejorar la gestión de datos para optimizar la planificación y venta de sus productos hortofrutícolas.

Cerró el acto, Juan Antonio Díaz Planelles, fundador de SAT Agroiris, quien inició su interven-



■ Escuchando las interesantes ponencias de los expertos.

ción agradeciendo a los agricultores su confianza y trabajo porque “sin vosotros este campo no existiría”. Hizo un breve recorrido por los treinta años de su vida dedicados a la que hoy es una empresa referente en el sector y se lamentó de no haber logrado una “verda-

dera unión en el campo” para conseguir “un precio mínimo para el agricultor”.

Aunque subrayó la buena salud de la entidad, que en época en teoría de poca producción como el pasado mes de agosto logró comercializar hasta cinco millones

de kilos y que presume de ser una empresa con “deuda cero”, también reconoció que “vienen tiempos muy complicados” y se refirió al crecimiento del coste salarial, la necesidad de especialización o las exigencias de los mercados europeos como principales retos.



■ Alberto Cuadrado, de Rijk Zwaan.



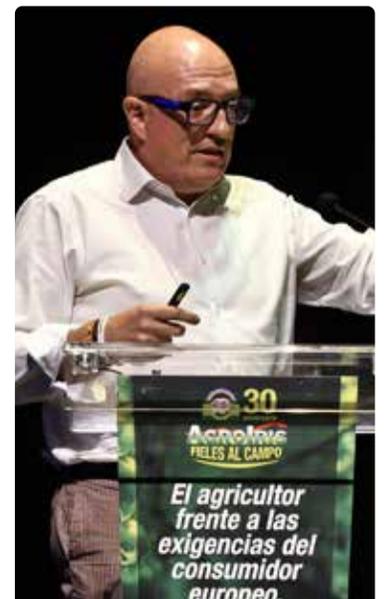
■ Manuel Porras, de HM.CLAUSE



■ Carlos Herreñas, de Enza Zaden.



■ Francisco Marín, de BASF.



■ David Bodas, de Syngenta.

## ENTREVISTA

Juan Antonio Díaz Planelles  
• Fundador y director general de Agroiris

## “El éxito de Agroiris está en la gente que ha confiado en nosotros”

□ Carlos Gutiérrez

**F**HALMERÍA aborda con el fundador del gigante agrícola que es SAT Agroiris cómo han trascendido estas tres décadas de importante trayectoria de la entidad.

**P.- ¿Cómo definiría estos 30 años?**

R.- Empezamos con poca gente, los que creyeron en este proyecto. Poco a poco, hemos ido superándonos, creciendo hasta llegar a la gran empresa que es hoy Agroiris.

**P.- ¿Se han cumplido las expectativas que se marcó en esos orígenes?**

R.- Estoy muy satisfecho. Sí que se han cumplido. Hemos creado una gran empresa y eso que nadie daba nada por nosotros. Hoy, tanto agricultores como clientes confían en nosotros.

**P.- Tres décadas dan para mucho y seguro que ha vivido situaciones peculiares. Mirando hacia atrás ¿qué cambiaría si pudiese?**

R.- Si por mi hubiese sido, tal y como he perseguido siempre, creo que es necesaria más unión; con una reunión de las empresas de la zona, al menos una vez a la semana, lo que no es nada. La situación es cada vez más difícil y es fundamental esa lucha por el campo, ya que sin el campo en Almería no seríamos nada.

**P.- ¿Cuál considera que ha sido la clave del éxito de Agroiris?**

R.- Estoy muy orgulloso de la gente en la que he confiado durante este tiempo. Creo que esa ha sido la clave. También soy una persona que no ha fallado nunca a las personas que han confiado en mí. Además, soy una persona que lleva la empresa al día, una empresa en la que echo muchas horas de trabajo.



**P.- En 30 años, la agricultura de Almería ha cambiado mucho y la forma de producción no es la misma ¿cómo se ha adaptado Agroiris a estos cambios?**

R.- Esa ha sido una cuestión fundamental. Nosotros siempre hemos pregonado la necesidad de unión, como decía antes, pero también la necesidad de cambio, de estar al día. No de hoy para mañana, sino de ayer para hoy. Hemos sido un equipo preparado para responder al cliente

en cada momento crucial. En este tiempo he tenido mucha suerte, tanto con el equipo de trabajo como con los clientes, que no han fallado ninguno y hemos conseguido entrar en mercados con volúmenes impresionantes. El éxito de Agroiris es la gente que ha confiado en nosotros.

**P.- ¿Cómo ve el futuro de la empresa?**

R.- De momento muy bien. Estamos creciendo año a año. El tiempo lo dirá porque hay gente en la zona que no va por el camino correcto y eso nos afecta a todos.

**P.- A su juicio la fórmula del éxito para los próximos 30 años debe ser la misma**

R.- Sí. Yo no lo viviré, pero ojalá que Agroiris siga creciendo al menos otras tres décadas más a este ritmo. Estoy muy agradecido a los productores y clientes por la confianza depositada en mí y ojalá que se mantenga mucho tiempo.

**P.- ¿Y cómo ve el futuro del sector agrícola en general?**

R.- Hasta que otros países no tengan más influencia, Almería irá bien. El gran problema actual es la falta de mano de obra incluso en los almacenes agrícolas. También es importante que no haya dos varas de medir en Europa, una para los que somos europeos y otra para los terceros países.

## ENTREVISTA

Javier Díaz  
• Director gerente de Agroiris

## “Almería es una zona de producción que hay que defender con más unión”

□ C.G.G.

**T**ras más de siete años liderando la gestión de SAT Agroiris, Javier Díaz, subraya los retos actuales y futuros de la empresa.

**P.- ¿Cómo es el día a día de la gestión de una empresa de esta envergadura?**

R.- Como ya tenemos 30 años de experiencia, vamos mejorando campaña tras campaña. Hay un grupo de gente muy comprometido con esta empresa para que la gestión sea cada vez mejor y que se consiga que la fruta y verdura de nuestros agricultores tengan una buena representación en los mercados y tengan un retorno suficiente para poder seguir cultivando.

**P.- La idea de Agroiris nace de uno de los principales actores del sector de la agricultura almeriense, Juan Antonio Díaz Planelles, ¿cómo se gestiona la herencia de esta personalidad del campo?**

R.- Mi padre es la única persona que aún sigue en el campo desde el origen de los invernaderos en la zona. Tengo la suerte de contar con este

maestro que tiene el objetivo muy claro: el beneficio de nuestros agricultores. Esto no es una carga, es un gran aprendizaje que yo agradezco.

**P.- ¿Cuáles son los objetivos que se ha marcado Agroiris para continuar siendo una gran empresa durante al menos 30 años más?**

R.- El agricultor tiene que entender que la empresa es la parte final de su trabajo. Somos nosotros los que tenemos que hacer una buena venta, pero ellos primero tienen que ofrecer un producto de calidad, que sea sano y cumpla con todas las garantías fitosanitarias. Al final es un trabajo conjunto en el que día a día mejoramos con el fin de que nuestros productos sean reconocidos en el mercado por su calidad demostrada y así el consumidor asuma que nuestras frutas y hortalizas son las mejores que puede adquirir.



**P.- ¿Cómo se aborda la organización interna con una plantilla tan extensa?**

R.- Cuando ya estás acostumbrado a este nivel, lo difícil es mejorarlo. Lo cierto que en treinta años hemos logrado una base muy sólida. Buscamos fórmulas y nuevos recursos para seguir mejorando.

**P.- Agroiris se ha ido modernizando en función de las necesidades del propio sector, ¿cuáles son las principales vías de mejora**

**a corto-medio plazo?**

R.- Hay tres focos de atención. Por un lado, estamos mejorando el proceso productivo a través de la compra de maquinaria. En segundo lugar, hay que seguir mejorando las condiciones de los trabajadores y que se sientan comprometidos con la empresa y, en tercer lugar, que el agricultor sea consciente de que tiene que sacar adelante cultivos cada vez más pro-

ductivos con la misma calidad y en las condiciones fitosanitarias adecuadas, potenciando la sostenibilidad, que es una demanda europea y que, además, nos diferencia del producto de terceros países.

**P.- Respecto a las incertidumbres del campo como la aparición de países productores con otras reglas o la posible dificultad de acceder a mano de obra cualificada ¿en qué punto se sitúa Agroiris?**

R.- El mundo va cambiando y lo que tenemos que hacer es ir adaptándonos a estas nuevas circunstancias. Afrontamos los problemas conforme llegan a través de una organización y gestión eficaz para superar estos retos día a día.

**P.- Día a día, ya llevan 30 años, ¿le gustaría lanzar algún mensaje a modo de recopilación?**

R.- Almería es una zona de producción que hay que defender, como ha dicho Planelles en muchas ocasiones. El campo se olvida de esto con frecuencia. Todos decimos que es importante esa unión, pero el sector no ha sabido aún entender todo lo necesario que es para poder subsistir.

# Un futuro con instalaciones más amplias y una mejor gestión de datos

Ganar en eficiencia energética y mejorar la producción a través de una finca experimental propia son otros de los objetivos que se marca Agroiris a corto plazo

□ Almudena Fernández

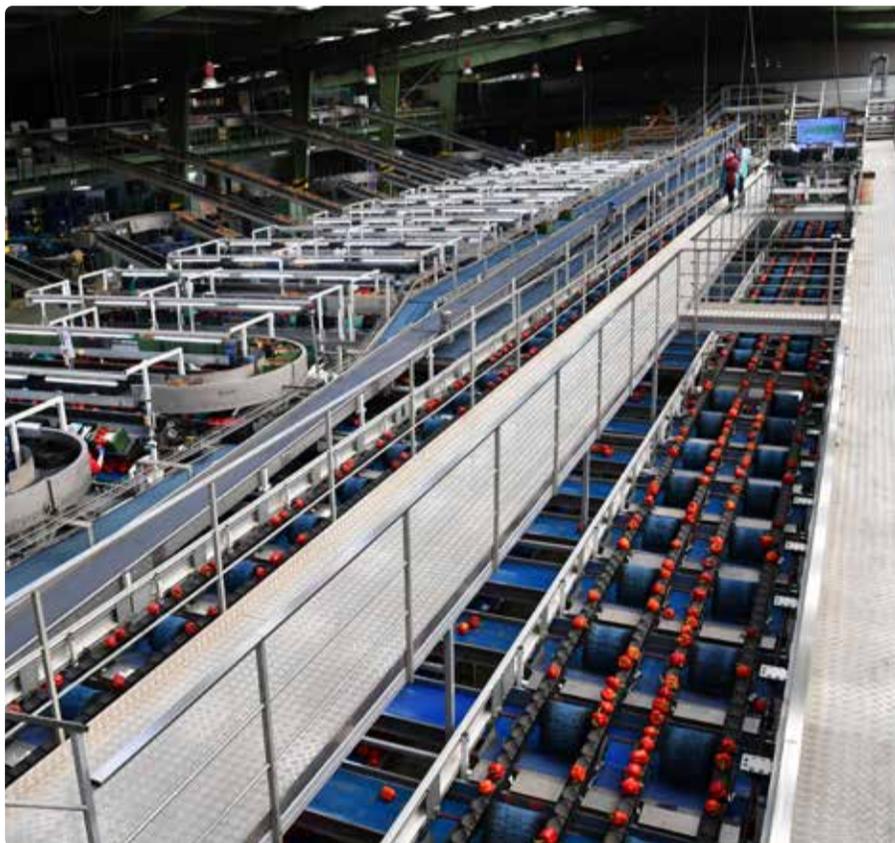
**S**AT Agroiris ha tenido una gran capacidad de cambio durante treinta años y eso le ha dado una ventaja competitiva. Los hitos históricos de la empresa han ido de la mano de los principales cambios del sector agrícola almeriense y han llegado a este aniversario muy bien situados. En cuanto a lo que está por llegar, el director gerente de SAT Agroiris, Javier Díaz, se ha mostrado optimista con los proyectos que la empresa va a afrontar a corto-medio plazo.

Por un lado, se pretenden hacer nuevas oficinas y ampliar las instalaciones de Agroiris por la zona posterior dando mayor espacio la zona de frío y habilitando un sótano para almacenaje de envases. También se habilitará una pequeña tienda y se instalarán placas solares para avanzar en unas instalaciones con mayor eficiencia energética en sus distintas sedes; un aspecto que se pretende mejorar también con la habilitación de un molino o a través de instalaciones de biogás.

“

*“La planificación será la única forma que tendremos de competir contra otros países”*

Javier Díaz ha anunciado como otra de las vías de mejora a corto plazo la habilitación de una finca para realizar estudios propios que permitan optimizar el catálogo hortofrutícola que se ofrece a los mercados europeos. “El futuro de Almería está en mejorar la capacidad productiva de los invernaderos y la calidad de aquello que ofrecemos porque el precio es una cuestión que depende mucho de la competencia”, argumentó del gerente. En el marco de esta vía investigadora en la que Agroiris no quiere permanecer al margen, hay dos importantes ensayos sobre la mesa como “el primer pimiento sin semilla en el



■ Agroiris cuenta con maquinaria puntera para la confección de pimiento, su producto estrella.



■ La producción ha alcanzado los 180 millones de kilos en la última campaña.

mundo” y otro sobre “las mejores plantas que deben instalarse en el interior del invernadero para que la lucha integrada sea más efectiva”.

Si hay un aspecto en el que Agroiris ha destacado en los últimos años ha sido en su gran apuesta por la modernización de sus sedes y maquinaria, con el objetivo de abarcar una producción creciente y hacerlo de la forma más optimizada, con plenas garantías para que el producto llegue en las mejores condiciones al cliente final. Por ello, a finales de la década pasada, invirtieron en una potente maquinaria para la comercialización de pimiento, el principal producto para Agroiris y del que llegan a comercializar uno 80.000 millones de kilos cada año.

## Cultura empresarial y organización

Díaz se ha propuesto la reorganización de Agroiris a nivel interno y por ello ya están trabajando en “mejorar el sistema informático, se está empezando a utilizar la inteligencia artificial, además de

desarrollar una App para nuestros agricultores que en el futuro será para empleados y un cauce de venta”, apuntó.

En este mismo contexto, una empresa moderna como Agroiris no quiere descuidar aspectos como la formación, el trabajo en equipo o la especialización de los trabajadores.

Por lo que se refiere a los mercados, el director gerente señaló a la organización como elemento clave. “Hay que tener un plan. Saber cuáles son los cultivos que vamos a tener en cada estación y hacer frente a la demanda de los clientes y consumidor. Al mismo tiempo, tiene que haber un equilibrio entre la oferta y la demanda porque nuestros productos son perecederos”, afirmó Díaz, quien también consideró que “la planificación será la única forma que tendremos de competir contra otros países, que cada vez van a intentar producir más en nuestra época”.

## Fieles al campo

Por otro lado, Javier Díaz se ha enorgullecido de que la empresa



es “fiel al campo almeriense” porque “nuestra producción es local, no de otros países o de fuera de la comunidad autónoma andaluza; todo o que vendemos es de Almería y quizás una pequeña parte de Granada”.

“Trabajamos con la rentabilidad del agricultor como premisa y para responder a la demanda de nuestros socios y clientes, que es la única forma de llevar esto a

cabo. El esfuerzo y una producción cualificada, pensando no solo en el presente sino mirando al futuro han sido señas de identidad de Agroiris, caracterizada también por la confianza que genera”, dijo el director gerente, confiando en que el futuro de la empresa estará plagado de retos, pero con la tranquilidad que aporta la experiencia de un equipo cualificado y comprometido.



# AGROI RIS

Esfuerzo y confianza

VEGETALES PARA UNA

*Vida  
Saludable*



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



**AGROI RIS**  
FIELES AL CAMPO

[www.agroiris.com](http://www.agroiris.com)