



José Manuel Fernández  
Gerente de Vicasol

## “Buscar nuevos mercados para vender hortalizas está, desde el principio, en el ADN de esta empresa”

En Vicasol piensan constantemente en nuevos mercados, en nuevas oportunidades de negocio. La cooperativa ha apostado por la internacionalización y a su lado cuenta con el respaldo de Solunion. “Tener a tu lado un socio con una gran infraestructura, conocimiento del mercado y que comparta los riesgos contigo, da mucha tranquilidad”, dice José Manuel Fernández.

### **Solunion: ¿Cuál es el secreto del éxito mundial de sus frutas y hortalizas?**

**José Manuel Fernández:** Yo diría que nuestro secreto es saber que no hay secretos. Se trata de hacer un trabajo excelente en todas sus etapas: el campo con sus plantaciones y nuestros agricultores-socios (en estos momentos,

unos 600 que cultivan 1.250 hectáreas de hortalizas); las centrales de manipulado y la empresa en sí, donde el equipo humano (algo más de 1.500 empleados) es consciente de la importancia de su labor; y el mercado, donde cuidamos el servicio que ofrecemos a nuestros clientes hasta el mínimo detalle, buscando siem-

pre la perfección. Trabajamos cada día para mejorar y hacer una labor “excelente” en cada una de estas áreas.

### **S: ¿Cuál es la situación actual de este sector en España? ¿A qué desafíos se enfrenta?**

**J.M.F.:** En los últimos años, la evolución del sector de las hortalizas no ha sido la misma

en todas las regiones productoras ni tampoco han tenido igual desarrollo todos los productos cultivados. En la zona de Almería, aunque con bastantes dificultades, seguimos teniendo una industria viva, pujante, con mucha capacidad de adaptación al mercado y a las normas nacionales e internacionales. Realmente creo que es un sector con bastante futuro en esta provincia. Hablar del cultivo de hortalizas en Europa o en el mundo es hablar de Almería.

Los desafíos son muchos: dificultades para cultivar ciertas variedades, interpretación de la legislación de los países de

## Perfil

José Manuel Fernández, 50 años, casado con dos hijos, está unido al sector de las hortalizas desde siempre: es hijo de agricultores de la zona. Titulado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Almería, tras pasar por varios puestos en diferentes empresas y alguna firma de consultoría, a principios de 1999, asume el reto de dirigir la cooperativa Vicasol, empresa especializada en frutas y hortalizas, localizada en Almería. Después de quince años, se siente "orgullosa" del trabajo realizado. "El equipo humano que se ha creado es fantástico y nos quedan muchas cosas por hacer".

destino, falta de productividad, plagas que merman los cultivos, excesiva dependencia de la mano de obra, competencia de terceros países, clientes gigantes que imponen sus normas... Pero no me cabe duda de que sabremos dar la respuesta adecuada a cada uno de ellos en cada momento.

### S: ¿Cuándo y por qué decide Vicasol dar el paso hacia la internacionalización de su negocio?

J.M.F.: En 1979, cuando se crea la Cooperativa por iniciativa de un grupo de agricultores de Vicar, con el objeto de comercializar lo que se producía fuera del mercado local. En aquellos momentos no se llegaba más allá de Valencia, Madrid o Barcelona, como todo un logro, a

Perpignan. Antes de la entrada en lo que hoy es la Unión Europea, había verdaderas dificultades para exportar e incluso, después del ingreso en la misma, tuvimos un Régimen Transitorio verdaderamente duro, pero supimos sobreponernos. Poco a poco se fue llegando más lejos. Buscar nuevos mercados para vender hortalizas está, desde el principio, en el ADN de esta empresa.

### S: Actualmente, ¿en qué mercados están presentes?

J.M.F.: Tenemos comercio en mayor o menor medida con todos los mercados del continente europeo, Canadá y Estados Unidos. Pero lo más importante es que, para Vicasol, llegar a cualquier lugar no es un problema.

### S: ¿Se ha planteado ampliar, aún más, sus fronteras?

J.M.F.: Constantemente estamos pensando en nuevos mercados, en nuevas oportunidades de negocio. Claro está que el producto con el que trabajamos es un producto perecedero, pero pensamos que es el único factor limitante. Nuestro departamento comercial, de logística y de marketing no deja de explorar nuevas posibilidades, así como de consolidar y ampliar el trabajo con mercados y clientes ya existentes.

### S: ¿Cómo les ha acompañado el seguro de crédito en su expansión internacional?

J.M.F.: Cuando una empresa como Vicasol inicia una relación comercial con un cliente de cualquier país del mundo, existe una gran desconfianza debido al poco conocimiento que se tiene de él. Nosotros sabemos mucho de lo nuestro, pero no tenemos conocimiento de la capacidad finan-

ciera de las empresas con las que vamos a colaborar. Es fundamental tener a nuestro lado a una compañía de seguros, como Solunion, que tiene esa información, nos la facilita, y además comparte el riesgo de impago con nosotros.

### S: ¿Qué les ofrece Solunion? ¿Qué es lo que más valoran de su oferta y servicio?

J.M.F.: Solunion aporta el valor de ser una gran compañía, solvente, con grandes profesionales y un amplio conocimiento del mercado a nivel mundial.

### S: ¿Qué consejos le daría a una empresa que se esté planteando exportar?

J.M.F.: En primer lugar, que lo haga, no es tan difícil como parece. En segundo lugar, que se busque una buena compañía de seguros de crédito que le ayude en el intento. Tener a tu lado un socio con una gran infraestructura, conocimiento del mercado y que comparta los riesgos contigo da mucha tranquilidad.

"Es fundamental tener a nuestro lado a una compañía de seguros como Solunion, que nos facilita información y comparte el riesgo de impago con nosotros"

