

**25 Aniversario**  
**Publireportaje**  
**ORVIFRUSA**



## Planta ornamental **Veinticinco años ganando el futuro**

*En sus bodas de plata como empresa, Orvifrusa apuesta por el futuro de la horticultura valenciana con nuevas inversiones en sus centros de producción de Chiva*

Orvifrusa prepara estos días la celebración de sus veinticinco años de historia como empresa líder de la horticultura valenciana rememorando a través de un documento-memoria los momentos iniciales de su trayectoria, sus primeros éxitos empresariales y su esfuerzo constante por mantenerse en el lugar en el que el trabajo bien hecho y la confianza de sus clientes le han colocado en la actualidad. Este feliz acontecimiento no ha provocado, sin embargo, que el gerente de Orvifrusa, Tomás Ferrer, y todo su equipo directivo hayan bajado la guardia, y trabajan activamente por lograr que su empresa siga estando en vanguardia, adaptando sus estructuras a

las nuevas demandas del mercado y procurando, siempre, anticiparse a esas exigencias con nuevos productos y presentaciones.

Tomás Ferrer, gerente y socio fundador de Orvifrusa admite que 25 años son muchos en la trayectoria de una empresa viverística y un motivo de orgullo y satisfacción, pero añade a continuación que todo el esfuerzo realizado podría no servir de nada si se abandonara por un instante el espíritu de anticipación que ha caracterizado a esta empresa.

Una buena prueba del dinamismo de Orvifrusa la constituye la puesta en marcha de su nuevo centro de producción en la finca de Cordaes,

muy cerca de Rosafina (Chiva, Valencia), donde la empresa dió sus primeros pasos hace ya 25 años. La adquisición y puesta en cultivo de Cordaes, con más de 15 ha de superficie cultivable, no es, sin embargo, el único proyecto acometido por Orvifrusa en los últimos meses. Dentro de unos días estarán instalados y en funcionamiento los nuevos equipos para la mecanización del envasado del frutal ornamental.

Según explica Tomás Ferrer, Orvifrusa sacará al mercado este mismo año los primeros ejemplares de planta producidos en el centro de Cordaes. Con su adquisición, la empresa ha logrado unificar en una misma finca, aprove-

chando su proximidad a la de Rosafina, toda su producción en la Comunidad Valenciana sin necesidad de recurrir al arriendo de tierras para atender las puntas de la demanda.

La masía de Cordaes es, además, un buen ejemplo de la arquitectura popular valenciana vinculada a la agricultura que Orvifrusa quiere convertir en el medio plazo en un símbolo de su andadura empresarial. La casa ha sido rehabilitada en parte, la finca electrificada y todo el vetusto sistema de regadío sustituido por más de 70.000 m lineales de tubos portagotos RAM y modernos equipos destinados a incrementar su producción y mejorar la calidad y presentación de los produc-



*Orvifrusa ha puesto en marcha su nuevo centro de producción en la finca de Cordaes, muy cerca de Rosafina (Chiva, Valencia), donde la empresa dió sus primeros pasos hace 25 años*



tos. La inversión ha superado los 38 millones de pesetas, aunque Tomás está convencido de que ha merecido la pena y que dota a Orvifrusa de unas infraestructuras de producción óptimas para afrontar los retos del mercado en los próximos años.

Por otra parte, la empresa valenciana está a punto de concluir la instalación de los equipos para la mecanización de todo el proceso de envasado del frutal en bolsa, que a partir de ahora estará realizada con materiales biodegradables. Esta iniciativa, en la que se han invertido más de 10 millones de pesetas, no responde, según Tomás Ferrer, a ninguna demanda concreta de sus clientes. «Simplemente hemos querido adelantarnos a los acontecimientos y prepararnos para la creciente demanda de productos cultivados y presentados también

con absoluto respeto al medio ambiente». Y es que Orvifrusa no está dispuesta a perder ningún tren, y menos el del consumidor europeo.

Sobre la llegada del Euro y el nuevo escenario que representa para el comercio en Europa, los responsables de Orvifrusa afrontan la nueva coyuntura con optimismo.

«Llevamos veinte años exportando sin el Euro y nos hemos defendido bien- declara Tomás-. Si el Euro va a facilitar el intercambio comercial, lo único que podemos hacer es felicitarnos y esperar ansiosos que llegue ese momento. Quizá la única dificultad que pueda provocar es que al mismo tiempo el Euro facilita también

la entrada en España de productos con los que debemos competir, lo que obligará a muchas empresas a ajustar sus costes de producción y sus presentaciones dirigidas al mercado nacional». En la actualidad, los productos de Orvifrusa se comercializan mayoritariamente en el mercado nacional, con un 73% de las ventas, aunque las exportaciones a la UE y a terceros países, con un 23% y un 4% respectivamente, tienen un peso creciente en la actividad comercial de la empresa.

El otro gran reto europeo: la comercialización y el papel preponderante que están adquiriendo las grandes empresas de distribución y comercialización son circunstancias que Orvifrusa afronta confiando en la fidelidad de sus clientes y en las mejoras introducidas en los servicios que ofrece: reducción de tiempos de entrega, máxima garan-

tía en la producción de la planta y en su transporte y el desarrollo de nuevas presentaciones acordes con los nuevos hábitos y gustos del consumidor final. Además, la incorporación del centro productor de Cordaes y las mejoras introducidas en Rosafina, además de en las fincas extremeñas de Santa Amalia, Val-

detorres y Don Benito, permiten a Orvifrusa atender cualquier demanda sin que las cantidades y presentaciones que exigen las cadenas de distribución y comercialización sean un obstáculo para esta empresa.

Según datos actualizados que figuran en la memoria elaborada con motivo del 25 aniversario de Orvifrusa, la superficie total destinada a cultivos asciende a 800.000 metros cuadrados de los que 179.000 corresponden al ciclo anual. En 1997, la empresa produjo 240.000 unidades de frutales ornamentales, 11.000 de frondosas, 450.000 de arbustos, trepadoras, etc., y 560.000 de rosales, que arrojan un total de 1.261.000 uni-

y empresas paisajísticas y de jardinería con diferentes formatos - maceta, container, a raíz desnuda, en escayola o cepellón- en función de la actividad a la que se destinen.

Orvifrusa cuenta, además, con una plantilla fija de 41 trabajadores altamente especializados, 7 contratados y un grupo variable de personal eventual que realiza aproximadamente 2.500 jornales año.

Tomás Ferrer no cree que en el corto plazo haya que introducir cambios sustanciales en la línea de productos que han hecho de Orvifrusa una de las empresas líderes del sector. «De momento mantenemos las líneas de producción que tan buenos resultados nos han dado, aunque in-

que sus instalaciones son renovadas constantemente. Dentro de este apartado destaca la reciente construcción de un nuevo muelle y las mejoras introducidas en el departamento de logística de cargas.

Veinticinco años de historia es una buena ocasión para mirar hacia el pasado y recrearse con los logros obtenidos, aunque en Orvifrusa prefieren aprovechar la efeméride para reflexionar sobre el futuro. En opinión de Tomás Ferrer, la horticultura española se encuentra en una encrucijada derivada del papel preponderante que siguen teniendo países como Holanda, de larga tradición empresarial en el sector, y el empuje de otros países que por ahora

tación para garantizar así su presencia en las grandes cadenas de distribución, y por introducir nuevas variedades no explotadas hasta ahora comercialmente. «Si no lo hacemos así, podemos encontrarnos con la paradoja de que la mayoría de nuestros productos van a retornar a nuestro mercado comercializados por otros países que recibirán los beneficios de todo el valor añadido que nosotros no separamos crear».

En esta línea, Orvifrusa, que fue una de las empresas pioneras en captar las necesidades de los consumidores con sus productos «listos para plantar», cree ahora que uno de los principales objetivos de la horticultura español-



**Los productos de Orvifrusa se comercializan mayoritariamente en el mercado nacional (73% de las ventas); las exportaciones a la UE y a terceros países, representan un 23% y un 4% respectivamente**

dades de planta. Su producción se comercializa a través de los «garden center», mayoristas, grandes superficies

tentando siempre mejorar nuestros productos introduciendo nuevas variantes en las podas de formación de la planta, en los sistemas de cultivo y en su presentación».

Tras la fuerte inversión realizada en la finca de Cordaés y en los equipos de mecanización del envasado, no hay, por el momento, ningún gran proyecto a corto plazo, aunque cualquiera que conozca un poco Orvifrusa sabe

sólo aportan nuevas variedades basadas en las posibilidades que ofrece su clima y unos precios muy bajos derivados de sus reducidos costes laborales, pero en los que la incorporación de modernas tecnologías es sólo una cuestión de tiempo. La solución, según Tomás Ferrer pasa por seguir produciendo aquellos productos que mejor se adaptan a nuestro clima, pero mejorando su calidad y presen-

la debe ser el de mejorar la calidad de sus productos, establecer mecanismos eficaces de comercialización, y adaptarse a las preferencias de los nuevos consumidores de planta, con especial atención al mercado abierto por la proliferación de primeras y segundas residencias en las que el jardín ocupa un papel más destacado cada día.

●●●