

ENRIQUE GUIO

MARKET MANAGER DE ZESPRI IBÉRICA

“El presente contexto puede ser un estímulo y derivar en desarrollo”

El actual escenario, a pesar de las dificultades que plantea y que puede suponer una disminución del consumo, podría incentivar la digitalización y optimización de recursos en el sector agrario, derivando en un periodo de aprendizaje y desarrollo en la industria, prevé con optimismo el entrevistado, para quien “aún queda camino a recorrer en la búsqueda de productos que se adecuen a las expectativas del consumidor, que es la clave para un futuro comercialmente satisfactorio”.

Balance de la última década

Más allá de los desarrollos tecnológicos que se van incorporando en la industria, uno de los mayores cambios ha sido la aparición de las marcas dentro del sector hortofrutícola, donde muchos productos han pasado a tener una marca asociada como palanca para su diferenciación. Asimismo, destaca también una mayor inversión en I+D para la búsqueda de nuevas variedades. Un buen ejemplo de esto, en nuestro caso, es el desarrollo y lanzamiento de la variedad Zespri Sungold, que después de diez años de investigación y casi diez de comercialización se ha convertido en un producto altamente demandado por el consumidor.

Desafíos futuros

Teniendo en cuenta el contexto actual, a corto plazo el sector encuentra un claro desafío en el crecimiento de los costes y una potencial retracción del consumo. Este escenario, más allá de las posibles dificultades que conllevará, también estimula la digitalización y optimización de recursos en el sector agrario, pudiendo derivar en un periodo de aprendizaje y desarrollo en la industria.

Claves de la gestión

Uno de los puntos destacables para poder mantener una oferta de mercado competente es continuar con una clara apuesta de valor. De esta manera podremos asegurar que el producto que introducimos en el mercado tenga el nivel de calidad óptimo que satisfaga las necesidades del consumidor.

Relevancia del factor humano

Aunque nos encontramos en un momento de desarrollo tecnológico en el que podemos ver como regularmente se incorporan nuevas soluciones que derivan en mejoras de los procesos a lo largo de toda la cadena de valor, previsiblemente el factor humano continuará siendo un elemento fundamental, especialmente



en el sector hortofrutícola debido a sus particularidades.

Conceptos esenciales

En mi opinión, el concepto a destacar es, sin duda, la innovación. Aunque actualmente representa un camino aún a recorrer, la búsqueda de productos que se adecuen a las expectativas del consumidor es la clave para un futuro comercialmente satisfactorio. En nuestro caso, podemos mencionar la *joint venture* que Zespri ha establecido con Plant & Food Research, símbolo del compromiso de la compañía con continuar con esta vía de desarrollo.

