

VALENTÍN LUMBRERAS
CEO DE ALDI ESPAÑA

“Las empresas tienen que ser más creativas y disruptivas”

Tras reseñar los “grandes esfuerzos” realizados por la distribución alimentaria durante el último decenio para adaptarse a las necesidades de los consumidores, Valentín Lumberras valora positivamente la competitividad y la evolución registrada por el sector, que -a su juicio- aún cuenta con recorrido para seguir creciendo y desarrollándose.

Balance de la última década

El sector de la distribución en España es muy competitivo y ha evolucionado a pasos agigantados en los últimos años. Esta evolución, en parte, la ha provocado la exigencia del consumidor. El cliente busca calidad y satisfacción en su experiencia de compra, es muy exigente con la frescura, se inclina por el producto de origen nacional, en muchos casos prefiere productos respetuosos con el entorno, está interesado en saber qué compra y no está dispuesto a renunciar al buen precio y a las ofertas y promociones que mejor encajen con sus preferencias de consumo. Teniendo esto en cuenta, el sector ha realizado grandes esfuerzos en la última década por adaptarse a estas necesidades y disponer de la mejor oferta posible.

Desafíos futuros

España es líder en el sector agroalimentario y muy potente en *retail*. Y el sector todavía cuenta con recorrido para seguir creciendo y desarrollándose. De cara a los próximos años, se mantendrá la competitividad del sector y habrá mayor necesidad de orientar las decisiones al dato y al cliente. Actualmente, todas las empresas estamos ajustando todo lo necesario para asegurar esta competitividad en un contexto complicado, con un aumento de los costes energéticos, de transporte y de materias primas, lo que nos está obligando a reorientar estrategias, redefinir procesos y reenfoque la oferta disponible. Además, empresas como Aldi, que más allá de la calidad y el precio, tenemos un compromiso con la sostenibilidad, con el entorno, con las personas y con la compra con conciencia, tenemos que ser cada vez más creativos y disruptivos.

Claves de la gestión

En momentos como el actual tenemos la responsabilidad y la voluntad de seguir siendo un punto de apoyo para el consumidor. La distribución española ha demostrado que puede hacerlo. En el caso de Aldi, para asegurar y mantener nuestro compromiso con todos nuestros clientes, seguimos trabajando para mantener una oferta de productos competitiva y de calidad; además,

mantenemos nuestro compromiso por estar más cerca de los clientes y seguimos invirtiendo en la apertura de nuevos supermercados y en la mejora y eficiencia de nuestra capacidad logística. Otro punto muy importante es asegurar una relación con los proveedores exigente, alineada con la demanda del contexto actual y asegurando siempre el respeto por toda la cadena de valor.

Relevancia del factor humano

La incorporación de la digitalización al sector ha supuesto un gran avance en términos de optimización de recursos y eficiencia de procesos, desde el más nimio al más complejo y de forma transversal. Todo ello son avances necesarios para que el sector siga consolidándose como motor económico del país. Pero no hay que olvidar que detrás de esta tecnología hay personas y que, además, la interacción entre personas es crucial en muchas decisiones de compra y en la experiencia del consumidor. Los datos nos confirman que al consumidor español le gusta acudir a la tienda y ser recibido con una buena sonrisa. Y esto es algo que difícilmente se podrá sustituir con la tecnología.

Conceptos esenciales

Actualmente, estamos afianzando la cuota del 1,4% del mercado en España y todavía tenemos recorrido para seguir creciendo. Nuestra voluntad es llegar al mayor número de hogares posible, aumentando la penetración y cuota de mercado. Para ello, seguiremos invirtiendo en España para crecer en número de supermercados, asegurar una capacidad logística adecuada y mantener la competitividad ante las exigencias del contexto actual y futuro. Además, todo ello lo haremos esforzándonos para asegurar la calidad de Aldi como empresa empleadora.

