

JUAN JOSÉ NEGRO
GERENTE DE AQUALIFE

“Se han perdido márgenes operativos en la última década”

Mantener la rentabilidad del sector primario de España es primordial para Aqualife. En un entorno de constante transformación, donde los problemas van variando, Juan José Negro destaca la adaptación y la flexibilidad como claves para afrontar el futuro. O se aclimatan a las necesidades del mercado o la capacidad de crecer será prácticamente nula, considera el entrevistado.

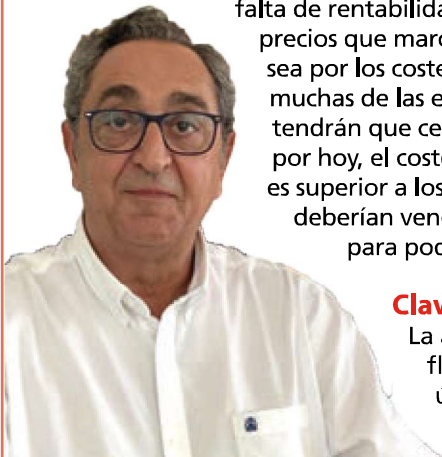


Balace de la última década

Durante los últimos diez años ha destacado la concentración de puntos de venta en la misma área de influencia y, como resultado, pérdida de márgenes operativos. Poco a poco se han ido agrupando las distintas cadenas de distribución, y ello ha repercutido en un mayor poder de compra, lo que para las empresas suministradoras de productos y servicios destinados a este sector ha supuesto una merma en sus ventas y en su capacidad de negociación.

Desafíos futuros

El mayor reto es mantener de forma rentable el sector primario en nuestro país. Es un sector básico. Si el sector primario no puede subsistir por la falta de rentabilidad -ya sea por los precios que marca el mercado, ya sea por los costes de producción-, muchas de las explotaciones tendrán que cerrar, ya que, hoy por hoy, el coste de la producción es superior a los precios que deberían vender sus productos para poder vivir.



Claves de la gestión

La adaptación y flexibilidad es la única respuesta posible. O

nos adaptamos a las necesidades del mercado, cosa que en Aqualife ya estamos haciendo, o nuestra capacidad empresarial de crecer será prácticamente nula. Los problemas a los que nos enfrentábamos hace unos años ya no son los mismos, y las empresas debemos estar muy atentas a los cambios que la sociedad nos plantea.

Relevancia del factor humano

De cara al mercado es menor, pero, para la gestión de los recursos humanos de la compañía, es mayor. En cualquier caso, el factor humano debe ser esencial. El contacto personal con nuestros clientes es prioritario. Por muchas nuevas tecnologías que haya, si no conocemos profundamente a nuestros clientes o futuros clientes, no podemos detectar sus necesidades y ofrecerles aquello que precisan.

Conceptos esenciales

El futuro se basa en aplicar soluciones a medida a cada cliente que sean producto de la innovación y alianzas de colaboración entre empresas para ofrecer soluciones adaptadas. La propuesta que Aqualife, con más de 20 años de experiencia con sus equipos e innovaciones, ofrece al sector de la distribución -tanto en pescadería, como en cárnicos y frutas y verduras- es la más eficaz solución para mantener los productos más frescos, controlar las mermas, reducir el desperdicio alimentario, evitar el uso de plásticos y alargar hasta tres veces más la vida de los productos.