

Jaime Rodríguez

PRESIDENTE
EUROMADI

“Queremos crecer apostando por la innovación y una mayor fidelización”



Euromadi ya ha cumplido un cuarto de siglo. Nacida en 1993, fruto de la fusión de Centra Coop, Selex Ibérica y Spar Española, “nos hemos ganado la confianza del sector, hemos ido escalando posiciones año tras año y en la actualidad contamos con 137 socios y queremos seguir creciendo, apostando por la innovación y una mayor fidelización con la ayuda de un equipo humano formado por excelentes profesionales”, afirma el presidente e impulsor de la central, Jaime Rodríguez.

Euromadi nació en un momento clave para la distribución en España, en un contexto de crecimiento económico, en el que la distribución comercial quería ganar cuota de mercado y las centrales de compras, gracias a la agregación de volúmenes, se convirtieron en un elemento fundamental de competitividad. “En estos 25 años hemos sabido buscar sinergias y establecer alianzas, adaptándonos al entorno, innovando día a día, y estando permanentemente atentos a las necesidades de nuestros asociados, garantizando una total transparencia en la gestión. Todo ello, nos ha permitido crecer y evolucionar, convirtiéndonos en la central de compras líder del sector”, se enorgullece Jaime Rodríguez, recalcando que “hemos trabajado de forma incesante para liderar los cambios que experimenta el sector, diversificando servicios y ampliando nuestro ámbito de influencia, al tiempo que hemos sido muy acti-

vos en las principales asociaciones sectoriales para defender los intereses del comercio de proximidad”. Los resultados de 2018 “avalan la buena marcha del grupo”, se enorgullece el presidente de Euromadi, quien cuantifica una previsión de ventas agregadas locales superior a 19.000 millones de euros, cifra que será ratificada en la asamblea de mayo y que representa unos 500 millones de euros más que en el ejercicio anterior (las ventas en 2017 ascendieron a 18.492 millones de euros). “Esta facturación marca una nueva cifra récord para la gran distribución de alimentación de proximidad en España y Portugal”, recalca Jaime Rodríguez.

PILARES ESTRATÉGICOS

Y con la mirada focalizada en el porvenir, en Euromadi se pretende incrementar la competitividad y ofrecer un mejor servicio a sus asociados, para lo que la central está desarrollando 18 proyectos, englobados en su Plan Estratégico 2016-2020, trabajando en ámbitos como marca de fabricante, logística, productos frescos, sanificación de productos de marca propia o gestión del *Big Data*.

“En Euromadi afrontamos el futuro siendo fieles a nuestros valores, con el máximo compromiso, volcados en seguir innovando día a día para garantizar el mejor servicio a nuestros asociados”, recalca el presidente de la entidad, destacando asimismo la bicefalía que se ha producido en la ejecutiva

Sede central de Euromadi en Esplugues de Llobregat (Barcelona).



de Euromadi, que asegura el relevo generacional de la organización, con Toni Font como director general y José María Rodríguez en el rol de consejero delegado. Preguntado Jaime Rodríguez por el papel que le gustaría que desempeñase Euromadi en el futuro del comercio de proximidad en España, la respuesta se centra en sus miembros adheridos y *stakeholders*: "Como central de compras líder, queremos ser cruciales; seguiremos trabajando con el máximo rigor para analizar la situación y tendencias del mercado con el fin de ofrecer a los asociados las herramientas necesarias para competir y poder crecer en sus respectivos ámbitos".

aspecto crucial para Euromadi y sus asociados.

"En estos momentos, estamos inmersos en un proyecto de gestión del *Big Data* para entender mejor el comportamiento y preferencias de los consumidores, ya que la información será la principal puerta de acceso a los clientes y contribuirá de manera decisiva a su fidelización. La transformación digital es una de las claves para ser más competitivos y estar orientados al cliente", subraya Jaime Rodríguez.

En un entorno en el que el comercio *online* gana terreno paulatinamente, las tiendas físicas seguirán

“ LAS VENTAS DE 2018, POR ENCIMA DE 19.000 MILLONES DE EUROS, MARCAN UN NUEVO RÉCORD ”

“ LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES CLAVE PARA SER MÁS COMPETITIVOS Y ORIENTARNOS AL CLIENTE ”

Y ante las tendencias del consumidor actual, que muestra preferencias por la sostenibilidad, la inmediatez, los productos saludables y de proximidad, "enfocamos nuestra oferta para fortalecer la posición de nuestros socios en sus mercados", prosigue el directivo.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

A propósito de las nuevas tendencias, la digitalización adquiere cada vez más protagonismo en el sector, por lo que la transformación digital es un

existiendo -pronostica Rodríguez- para ofrecer a los consumidores "una experiencia de compra acorde a sus expectativas, aportando valor añadido, un plus que actúe como reclamo".

La distribución con base alimentaria "se enfrenta a un escenario complejo, con una gran competencia", remacha el presidente de Euromadi, debiendo luchar los operadores "por ganar cuota de mercado y fidelizar a los clientes, cada vez más exigentes e informados, con múltiples opciones a la hora de efectuar una compra". ●