

Medidas extraordinarias para una situación excepcional

Noticias de Alimentación Equipamiento Comercial

16/11/2022

Aunque en los últimos dos siglos el mundo ha vivido diversas crisis mundiales, el hecho de que las generaciones actuales no hayan protagonizado la mayor parte de ellas lleva a pensar que la actual, o la que está por venir, según el último estudio del Banco Mundial, puede ser calificada como de las peores de la historia. En el contexto actual, y con el objetivo de prevenir los posibles efectos adversos de una recesión mundial, las empresas de frío continúan aplicando e incluso incrementando medidas especiales en sus estrategias que les permitan mantener sus márgenes.

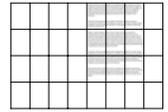
¿Cuáles son las principales medidas que está llevando a cabo su compañía para tratar de paliar los efectos del contexto económico actual?

Jorge Mugüerza Pecker, director general de AHT Iberia: Se han puesto en marcha medidas de ahorro de costes en gastos generales; se han revisado todos los procesos, incluyendo la fabricación de equipos, intentando igualmente optimizar los costes, o se han buscado alternativas de proveedores de componentes sin reducir la calidad de los equipos. Asimismo, hemos realizado un acopio razonable de componentes para evitar roturas de stock y asegurar costes, así como evitar retrasos en la fabricación de equipos y, por tanto, de plazos de entrega.

Gianluca Prevato, gerente de Arneg España: Se está tratando de contener los costes de producción.

Sergio Isabel Cruz, director general de Carrier Refrigeración Ibérica: Hemos puesto el foco en la búsqueda de nuevos proveedores y negociar a más largo plazo precios fijos de suministros.

Diego Ortega Comunian, director de marketing de Epta Iberia: El grupo Epta ha llevado a cabo distintas actuaciones para hacer frente a este nuevo contexto económico que van desde la búsqueda de nuevos proveedores y/o equipos alternativos que nos permitan ser más ágiles y flexibles para adaptarnos a la nueva situación, hasta la revisión de procesos internos en aras a mejorar el rendimiento, de tal manera que los incrementos de costes se amortigüen con mejoras internas. Otro elemento de progreso ha sido la planificación a medio plazo con nuestros clientes, que se ha traducido en importantes mejoras, consecuencia de una previsión mucho más fina y cercana a la realidad.



Alfonso Antoñanzas, CEO de Exposición y Conservación de Alimentos ('Exkal'): En un año tan complicado, en el que aumento de los precios medios de compra de materiales ha llegado a superar en algunos meses el 20%, y con incrementos superiores en los costos energéticos, las medidas de contención de precios han sido muy necesarias. Algunas de las medidas que hemos usado para contener los precios de venta son la mejora de la productividad de materiales y mano de obra, incrementos de volumen de ventas y moderación en las inversiones.

David Casu, director general de Fricon España: Desde 2020 contamos con un plan de inversiones para optimizar nuestras instalaciones y procesos con el objetivo de lograr mejores resultados y una mayor satisfacción del cliente. Con ello logramos minimizar los efectos del contexto económico actual.

Roberto J. Solsona Caballer, CEO de Frost-trol: El retraso de algunos componentes fundamentales para la fabricación de nuestros equipos nos ha llevado a buscar nuevos proveedores para asegurar el suministro básico y garantizar los plazos de entrega a nuestros clientes. En la selección de estos nuevos proveedores hemos primado una serie de criterios que, además de permitirnos disminuir la dependencia, apoya nuestra apuesta por la economía circular, esencial en nuestro proceso productivo, seleccionando proveedores que apuesten por un desarrollo de negocio sostenible y respetuoso con el medioambiente, garantizando siempre el cumplimiento de nuestros estándares de calidad.

Jesús Beraza, director de marketing de Grupo K Refrigeración ('Koxka'): Por un lado, estamos trabajando en colocar placas fotovoltaicas en el tejado de nuestra planta con el fin de soportar todos los procesos de la misma, tanto en la factoría como en oficinas. Asimismo, estamos trabajando en iniciativas de valor para optimizar costes sin perjuicio para la calidad y fiabilidad de nuestros productos. De cara al mercado, con los últimos lanzamientos de productos, ofrecemos a nuestros clientes unas soluciones punteras desde el punto de vista de la eficiencia energética, para que logren reducir la factura eléctrica.

Julio S. Beceiro, director comercial de Infrico: La compañía está trabajando en varios focos principales, entre los que podríamos destacar acuerdos con proveedores y clientes, desarrollar nuevas opciones que cumplan los objetivos de los clientes que sustituyan a las actuales y aumentar la productividad que compense esta inseguridad para minimizar el impacto en los clientes.