Agroponiente redobla su servicio al agricultor y al cliente

Agroponiente ha arrancado con fuerza la nueva campaña hortofrutícola y lo hace profundizando en su filosofía de servicio, atención y colaboración directa y estrecha con el agricultor.

De hecho, la compañía ha finalizado con éxito una serie de transformaciones encaminadas a fortalecer todas sus estructuras, tanto en lo relativo al servicio al agricultor como en el que se presta al cliente.

Hoy en día, Agroponiente es una empresa con clientes en más de 36 países de Europa y Norteamérica, con la que se mantienen unas líneas de estrecha colaboración basasa en el servicio y la calidad. Además, también trabaja de forma paralela en formar alianzas comerciales en países asiáticos, ampliando así el destino de sus productos. Con una sólida red de acuerdos comerciales basada en la confianza mutua, la empresa ha conseguido, según resalta su **CEO, Jorge Reig**, "*la confianza de los clientes en nuestra forma de trabajar y en la calidad de nuestros productos, lo cual repercute de manera directa en nuestros agricultores y en su rentabilidad*".

Objetivos como por ejemplo "***que el agricultor sepa*** *lo que va a cobrar, que ese precio es el*

máximo que se puede obtener en los mercados internacionales y que además puede ejecutar ese cobro cuando lo necesita son elementos básicos en la filosofía corporativa de nuestra empresa *y en ello hemos venido trabajando de manera ardua hasta conseguir que, hoy por hoy, Agroponiente sea un sinónimo de solvencia y transparencia en los mercados, repercutiendo en que los agricultores ven cumplidos esos criterios*", segura el propio Reig.

Pero ello no se consigue si no es haciendo efectiva y práctica esta teoría. Para ello, en los dos últimos años, Agroponiente ha centrado buena parte de sus esfuerzos, además de en solidificar esas alianzas comerciales, en "*blindarlas desde el punto de vista de la calidad de los productos y de los procesos. Así, hemos reforzado varias áreas que son básicas en la trasversalidad de ese* ***objetivo de la calidad****, pero sobre todo el departamento que lleva dicho nombre, que ha crecido en cantidad de profesionales y en la formación y dedicación de los mismos. Hoy en día podemos decir con orgullo que todos nuestros clientes están absolutamente convencidos de que decir Agroponiente es sinónimo de calidad, algo que jamás se podría conseguir si no es con una perfecta relación y trabajo con nuestros agricultores, los mejores agricultores de nuestro tejido productivo*".

Pero además de dicho departamento, ha habido otros que también han experimentado un crecimiento muy importante, como por ejemplo el de **I+D y el de Sistemas de la Tecnología**, "*como herramientas básicas para que la empresa siga creciendo en innovación, en modernización y, sobre todo, en adaptación a lo que piden los mercados, cada día más tecnológicos y cambiantes a una mayor velocidad. En este sentido, también hemos incorporado talento y experiencia, para que la empresa se consolide como un referente en innovación, algo que ha figurado siempre en su ADN pero que ahora se ha potenciado de manera espectacular y también, siempre, en beneficio de la rentabilidad del agricultor*", añade el CEO de la empresa.

Y por supuesto, también el **Director de Negocio, Antonio Román,** la atención y el servicio al agricultor es "*una de las señas de identidad de Agroponiente, pero ahora además potenciado en todas sus ramificaciones y áreas, porque todos y cada uno de los profesionales de la empresa compartimos que un problema, una necesidad, una inquietud y también una alegría de uno de nuestros agricultores lo son también de todos nosotros. El agricultor de Agroponiente va a poder seguir presumiendo, y ahora con más razón que nunca, de sentirse siempre atendido, sea cual sea su solicitud, por un amplísimo equipo de profesionales que lo conocen todo de nuestro campo y poseen esa constante vocación de servicio. Porque tanto Agroponiente, como nuestros agricultores, trabajamos por el mismo objetivo común, y nosotros estamos siempre para atenderles*".

En estas líneas se centra la filosofía y algunas de las novedades en la nueva campaña para Agroponiente, en la que se podrá observar un **cambio completo de la imagen corporativa, del logotipo y también del portal web corporativo**, como señas de identidad adaptadas a esa evolución e innovación, y en la que el reto es volver a ser, un año más, al gran casa de los agricultores y el emblema de la confianza y la innovación para clientes que alimenta a **más de 500**

millones de consumidores en todo el mundo.