Grupo Agroponiente incorpora a Raúl Medina como director comercial

Grupo Agroponiente **incorpora Raúl Medina como nuevo Director de su Departamento Comercial. La compañía culmina así un proceso de transformación en un área altamente estratégica, en lo que supone un importante aporte de valor en su estructura profesional.**

Raúl Medina Gutiérrez nació en Madrid hace 41 años, aunque granadino de adopción, y es licenciado en Economía de la Empresa por la Universidad de Derby; además de haber cursado másteres en Negocios y Marketing en ESIC, en Psicología del Trabajo en la Universidad de Alcalá; y en Dirección y Administración de Empresas en la Universidad de Navarra. Profesionalmente, inició su andadura en la compañía Puleva, donde evolucionó desde una simple suplencia de 2 meses en el departamento de logística a cargos como Senior Product Manager o Gestor de punto de Ventas Regional. Con la integración de dicha empresa en Grupo Lactalis, fue mánager de Desarrollo de Ventas, responsable de cuentas y director de ventas regional. Más tarde ha pasado

por empresas como Línea Verde, donde ha sido director nacional de Ventas y director Comercial y de Marketing; así como Franco Furniture, ocupando el puesto de General Manager.

El nuevo director comercial de Grupo Agroponiente afirma que “asumir la responsabilidad de la dirección comercial de una compañía como ésta supone una confluencia de retos, puesto que para mí lo es, sin duda, en el ámbito profesional, ya que llego a una empresa reconocida como líder en la producción hortofrutícola en Andalucía, en España; pero que además también está en el transcurso de un proceso de transformación y de proyección internacional, que estamos afrontando con toda la responsabilidad que ello supone y que, por supuesto, constituye un sensacional reto en sí mismo”.

Raúl Medina conoce no sólo el sector y su entorno, sino también la propia trayectoria de Grupo Agroponiente sobre lo cual apunta que “Agroponiente no solo es líder, es pionera y atesora una larga trayectoria plagada de éxitos, y eso ya no es sólo un posicionamiento, es un legado que muy pocas compañías pueden lograr. Desde su nacimiento, ha generado valor aportando al crecimiento del sector hortofrutícola desde, la prueba está en que ha dado pie a la creación de todo un sector de comercializadoras y alhóndigas que la han seguido. Agroponiente pone en el mapa a la provincia de Almería. Y eso es un valor incalculable y sinónimo de liderazgo, innovación y responsabilidad, una empresa referente en solvencia y en eficacia, que la han conducido a donde está ubicada en este momento: una posición ideal para consolidar un gran proyecto internacional con base en Almería que se desarrolle con eficiencia en el panorama de globalidad que caracteriza al negocio hortofrutícola”.

Medina define la filosofía comercial de la empresa como “un compendio entre experiencia e innovación, dos características que siempre han definido a esta compañía y que ahora tienen que estar más presentes que nunca. A lo largo de mis experiencias profesionales he tenido la oportunidad de percibir cómo, desde hace treinta años, Grupo Agroponiente ha sido punta de lanza de algunas de las más estratégicas innovaciones que se han terminado implantando y generalizando en el campo almeriense y, en general, en la producción hortofrutícola, especialmente bajo abrigo. Esa innovación no sólo no va a cesar sino que se multiplicará y se aplicará a todos los ámbitos de la compañía, con especial interés en la generación de producto y respuestas a las demandas del mercado. Pero insisto, todo basado en la experiencia que una empresa como ésta ha adquirido tras tantos años de liderazgo. Se trata de aplicar con pedagogía lo aprendido, bajo una perspectiva de innovación”.

En ese ámbito de la innovación, uno de los polos de desarrollo será el “fortalecimiento de nuestra imagen desde el punto de vista de la nutrición. En Grupo Agroponiente ‘vendemos salud’ por la vía de la nutrición y ése es, sin duda, un valor incuestionablemente importante. En realidad, las empresas del sector tenemos una responsabilidad a la hora de difundir ese estilo de vida saludable que, entre otras cosas, se caracteriza por una dieta equilibrada y el consumo de lo que producen nuestros agricultores. Nosotros vamos a asumir tal responsabilidad y la vamos a ejecutar con decisión utilizando una perspectiva innovadora”.

La transformación equilibrada y paulatina de la empresa es otro de los puntos clave sobre los que va a trabajar también el departamento comercial, porque “partimos desde un punto de vista de liderazgo local de la producción y el objetivo es ensanchar las miras. Es cierto que nuestro mercado ha sido siempre, y sigue siendo internacional. Pero ahora lo internacional no sólo va a ser el ámbito del cliente, sino también nuestra propia dimensión como empresa, siempre sin perder nuestro origen almeriense, pero extendiendo nuestro ámbito de actuación a una visión mucho más amplia en todos los sentidos”, afirma Raúl Medina.

Para ello, el nuevo Director Comercial de la compañía apuesta “por una empresa muy fuerte, que confía en el talento y experiencia de sus profesionales y que quiere contar con los mejores en cada puesto, que parte de la fortaleza que otorga una estructura de 1.500 empleados, pero que tiene en sus planes el crecimiento y la consolidación, generando confianza y seguridad en toda la cadena de valor, desde el campo a los mercados y también dentro de la propia compañía como generador de talento y también de empleo en el entorno en el que estemos presentes. Estamos ante un proyecto en crecimiento y lo vamos a hacer siempre mezclando ambición y el conocimiento heredado de la experiencia”.

Finalmente, Medina también aborda otro aspecto que se está mostrando clave en la filosofía de presente y futuro en Grupo Agroponiente, como es la contribución a una sociedad más sostenible y a un entorno con mayor respeto a la naturaleza: Para él, “es uno de los nuevos elementos clave en el ‘ADN’ de la empresa y, de hecho, estamos comprometidos a través de nuestra política de ESG (Environment, Social and Governance o, lo que es lo mismo, medio ambiente, relaciones sociales y buen gobierno) incluso con algunos de los objetivos del Pacto de Naciones Unidas, en concreto con los referidos a la sostenibilidad de sistemas de producción y prácticas agrícolas, el uso eficiente de los recursos hídricos así como el trabajo para reducir los desperdicios de alimentos y realizar una gestión racional de los productos químicos permitidos. El objetivo es nada más y nada menos que dejar a nuestros hijos un mundo mejor y, en la compañía, estamos convencidos de que ése es un propósito evidentemente fundamental”.