



ENTREVISTA A JOSE Mª BONMATÍ,  
ADECA 05, DIRECTOR GENERAL DE  
AECOC

**"Debemos  
esforzarnos  
por aportar  
mayor valor  
añadido a un  
consumidor  
cada vez más  
exigente y en  
proceso de  
cambio"**

#### Redacción

#### ¿Qué es AECOC y cuáles son sus principales áreas de actividad?

Con más de 22.000 empresas asociadas, AECOC es una de las mayores asociaciones empresariales y la única en que fabricantes y distribuidores trabajan conjuntamente a fin de ofrecer mayor valor al consumidor. Sus compañías facturan, en conjunto, 150.000 millones de euros anuales, lo que supone cerca del 20% del PIB nacional.

AECOC trabaja para unir los esfuerzos de la industria y la distribución en todos aquellos proyectos que precisan del trabajo conjunto entre las partes, como la identificación de productos, el comercio electrónico, la logística y el transporte, la seguridad alimentaria o el marketing y la demanda.

#### AECOC alcanzó en 2005 la cifra de 21.781 asociados. ¿Qué servicios les presta?

En todas las áreas comentadas AECOC ofrece a sus asociados servicios de asesoría y formación, poniendo además a su disposición una amplia oferta de eventos, tanto sectoriales como temáticos, en los que los asistentes pueden relacionarse entre ellos y mantenerse perfectamente informados sobre la actualidad, perspectivas y tendencias de su actividad y sector.

#### ¿Cuál es la situación del sector de bienes de gran consumo en España?

En un período de saturación del consumo, las empresas del sector del gran consumo deben explorar vías alternativas de crecimiento. En ese sentido en AECOC estamos convencidos de que debemos esforzarnos por aportar mayor valor añadido a un consumidor cada vez más exigente y en proceso de cambio, sin olvidar, por supuesto, las oportunidades que brindan los nuevos consumidores «singles», «dinks», inmigrantes...). Conocer al nuevo consumidor o, mejor dicho, a los diferentes modelos de consumidor va a ser del todo clave para poner a su alcance una oferta de productos y servicios totalmente acorde a sus necesidades y preferencias.

#### ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan hoy en día tanto fabricantes como distribuidores?

El reto por excelencia de las empresas de fabricación y distribución es conseguir que sus proyectos sean rentables y también perdurables en el tiempo; es decir, sostenibles desde el punto de vista económico, social y medioambiental. Para ello, las compañías españolas deben ser conscientes de que en un mercado global la internacionalización juega un importante papel y que la



Fundada en 1977 con el objetivo de introducir y normalizar el sistema de códigos de barras en España, hoy día la misión de AECOC va mucho más lejos. Tras muchos años de un arduo trabajo, la asociación aglutina a todos los eslabones de la cadena comercial, tanto fabricantes como distribuidores de productos de gran consumo, así como operadores logísticos. El objetivo de AECOC en la actualidad es contribuir a hacer más eficientes las relaciones entre las empresas de producción y distribución aportando mayor valor al consumidor, a través de la identificación de oportunidades de mejora a lo largo de toda la cadena. De esta forma, lo manifiesta José M<sup>a</sup> Bonmatí, director general de AECOC y Antiguo Alumno de San Telmo, en esta entrevista.

innovación es también otra de las llaves necesarias para abrir la puerta del éxito, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

**Y, más específicamente, ¿cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el sector de alimentación y bebidas español?**

Las empresas de gran consumo no son ajenas a estos retos generales, si bien a éstos se suma también la necesidad de responder a las exigencias de un consumidor en proceso de cambio que busca sobre todo propuestas saludables y de "comodity" - fáciles y rápidas de preparar-

Asimismo, este tipo de compañías deben continuar trabajando para ser cada vez más eficientes en sus procesos; un objetivo en el que los avances tecnológicos son, sin duda, un buen aliado pero en el que también la colaboración, el trabajo conjunto y la concepción global de la cadena de suministro juegan un papel determinante.

**¿Son competitivas nuestras empresas a nivel internacional? ¿Qué han de hacer para serlo más?**

Personalmente considero que las empresas españolas tienen un buen nivel de competencia en nuestro país y están haciendo además importantes progresos en

el ámbito internacional, si bien es cierto que aún hay múltiples oportunidades que explotar y bastante camino por recorrer. En este sentido, creo que si queremos contar con compañías realmente globales debemos esforzarnos por alcanzar mayor dimensión y por comenzar a "exportar" nuestros proyectos empresariales a los denominados mercados emergentes -tanto los asiáticos como los de la Europa del Este- teniendo en cuenta que la innovación y la diferenciación son aspectos claves para alcanzar el éxito, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

**Se está hablando mucho hoy en día de la tecnología RFID / EPC, ¿cuál es la situación actual de esta tecnología? ¿Cuáles son sus expectativas de futuro?**

En nuestro país, al igual que en otras naciones europeas, estamos asistiendo a los primeros pasos de esta tecnología llamada a revolucionar, en primer lugar, los procesos logísticos y, más adelante, los comerciales de nuestras empresas. En EEUU, que es donde los proyectos están más avanzados, Walt-Mart ya solicitó a sus 100 principales proveedores que identificasen con "chip" sus mercancías desde enero de 2005. A principios de este año el número de proveedores que había incor-



El programa ADECA es excepcional por varias razones: la calidad del claustro de profesores, los temas y casos que se abordan, la especialización en el sector agroalimentario y la calidad de los participantes, que enriquece enormemente las experiencias de los casos.

porado el EPC superaba ya los 200 y esperan cerrar el año con más de 300 proveedores.

En España, AECOC trabaja para impulsar y promover la utilización de este estándar, así como para apoyar la puesta en marcha de pruebas piloto por parte de las empresas; una serie de actividades que AECOC gestiona desde su Competente Centro de EPC.

### **¿Cuál es el papel de AECOC en relación con la tecnología RFID y su estándar EPC?**

AECOC, que hace 30 años introdujo en España el código de barras, trabaja también ahora para desarrollar e impulsar la utilización del EPC. Con este fin, AECOC dispone en Barcelona de un centro de competencia de EPC; un espacio de pruebas a disposición de todos sus asociados en el que las empresas puedan conocer de cerca todas las ventajas de este sistema e incluso someterlo a prueba en sus propios productos.

### **¿Ha llegado ya el momento de apostar por el EPC / RFID? ¿Cómo puede ayudar AECOC a aquellas empresas que estén pensando utilizar esta tecnología?**

En AECOC estamos convencidos de que, sin duda, el EPC es el estándar del futuro y de que ha llegado el momento de empezar a poner a prueba esta tecnología mediante pruebas piloto. Para ello, en la Asociación estamos totalmente al servicio de las compañías españolas, tanto para ofrecerles todo tipo de información sobre el estándar y sus posibilidades como para formarlas en este área de actividad.

### **Por último, es usted Antiguo Alumno de San Telmo; en este sentido ¿qué le supuso la realización del Programa ADECA?**

El programa ADECA es excepcional por varias razones: la calidad del claustro de profesores, los temas y casos que se abordan, la especialización en el sector agroalimentario y la calidad de los participantes, que enriquece enormemente las experiencias de los casos.

A pesar de que la realización de este programa supone un esfuerzo, debido a la falta de tiempo, realmente éste se ve compensado, tanto por los aprendizajes como por la oportunidad que brinda de estrechar los lazos con compañeros y hacer amigos dentro del sector.