

¿Cómo una empresa tradicional se convierte en una empresa tecnológica?

Durante los últimos años, se pueden detectar muchas empresas que, teniendo una base muy tradicional, han digitalizado su forma de vender, sus procesos o su organización interna. ¿Cómo lo han hecho?

A lo largo de los últimos años, se pueden encontrar bastantes ejemplos de empresas que se han digitalizado de una manera u otra. Y, aunque en cierta manera ya contaban con una base digitalizada, este cambio suponía un reto y una adaptación de los mecanismos y automatismos que durante años se habían adquirido.

Pero, ¿cómo una empresa totalmente tradicional se adapta al nuevo escenario tecnológico ante el que se está? Y, sobre todo, ¿qué le lleva a tomar esa decisión?

Dentro de los muchos ejemplos que hay, uno de los que mejor refleja el reto que supone este cambio es el de la venta de frutas y verduras. Y para resolver estas dudas, nadie mejor que alguien que ha vivido esta transformación de primera mano: la empresa valenciana de distribución de frutas Naranjas Pilarín.

En su caso, acaban de lanzar su ecommerce, apostando por la usabilidad y la experiencia de usuario. Lejos de detenerse, pronto esperan lanzar su propia App.

Ante la primera de las preguntas, Manuel Barber, Director Comercial de la empresa Naranjas Pilarín, afirma: “la adaptación necesaria no ha sido cosa de un día. Hay que tener en cuenta que nuestra empresa lleva décadas en funcionamiento, por lo que acostumbrarse a una nueva manera de hacer las cosas no ha sido tarea sencilla”.

Sin embargo, no todos los procesos se han automatizado. “Sabemos que hay procesos que pueden ser llevados a cabo por máquinas o robots, reduciendo tiempos, costes y siendo más eficientes. Sin embargo, nuestros expertos son los que consiguen que el producto siempre sea de la máxima calidad y tienen todo el crédito, porque son los que consiguen la satisfacción del consumidor”, afirma Manuel. “Una máquina no puede hacer el trabajo de cosecha y selección de cada pieza que llega a la cinta de empaquetado, por lo que no nos importa renunciar a parte de esa especialización, si así mantenemos una calidad tan alta. Lo hacemos encantados”, prosigue.

Sin embargo, la duda principal que se necesita resolver es, ¿por qué? ¿Qué le lleva a una empresa que exporta a más de 20 países y con unas cifras de facturación tan elevadas a tomar este camino?

“El mundo está cambiando. Lleva más de una década cambiando, de hecho, por lo que no podemos

permitirnos quedarnos atrás. Los hábitos de compra del consumidor evolucionan y nosotros tenemos un plan muy ambicioso para dar respuesta a ellos. No queremos ser imitadores cuando todo esto sea necesario, sino situarnos a la cabeza de la vanguardia sin descuidar un ápice lo que nos ha llevado hasta aquí: el respeto por el producto”, concluye el Director Comercial de Naranjas Pilarín.

Datos de contacto:

Manuel Barber

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Gastronomía](#) [Valencia](#) [Industria Alimentaria](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>