

ARACELI CÍSCAR

CONSEJERA EJECUTIVA DE DACSA GROUP

“Hay que cultivar una comunidad de marca y un ecosistema que trascienda el producto”

La compañía valenciana se encuentra en plena implementación de su plan de negocio ‘Nosotras las personas’ y afronta 2024 con perspectivas de crecimiento en sus diversas unidades de negocio (maíz, arroz, harinas, preparados sin gluten y ‘plant-based’). Araceli Císcar aborda en las siguientes líneas la relevancia que su empresa otorga a aspectos como sostenibilidad e inteligencia artificial. “Un pilar esencial es estar a la vanguardia de los avances”, subraya.

Inmediatez frente a estrategia

En Dacsa Group trabajamos en paralelo lo inmediato y lo estratégico: tenemos la necesidad de estar en el día a día permanentemente atentos, pero sin perder de vista que todas las acciones se adecuen a la visión estratégica de la empresa. Desde siempre, lo más importante para nuestra empresa ha sido ofrecer productos de calidad y un servicio al cliente excepcional. Nuestra filosofía siempre ha sido colocar al cliente en el centro de todas nuestras decisiones, mientras nos aseguramos de ser competitivos en el mercado. Y, además, ofrecerlo de manera responsable, promoviendo siempre un negocio sostenible que genere un impacto positivo en la sociedad.

Pilares esenciales

Uno de los pilares fundamentales de Dacsa Group es la responsabilidad. De hecho, actualmente, estamos implementando nuestro plan estratégico ‘Nosotras las personas’, promoviendo equipos altamente cualificados con los que trabajamos tres áreas de desarrollo responsable: la parte empresarial, social y medioambiental. En el área empresarial, hemos creado talleres de ideas focalizados en la innovación, la calidad, la seguridad de las personas y la eficiencia. En el ámbito medioambiental, disponemos de laboratorios internos para analizar y mejorar el impacto que nuestra actividad genera en el planeta con un objetivo cero para 2040. Y en la parte social, promovemos el desarrollo a través de nuestra responsabilidad social corporativa, abordando todas las áreas que impactan en los ODS. Por otro lado, otro pilar esencial es estar a la vanguardia de los avances, aprovechando lo que nos ofrecen las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial; por este motivo, hemos

iniciado varios proyectos de IA generativa dentro del grupo.

Desafíos

El principal desafío al que nos enfrentamos actualmente es la significativa influencia del cambio climático en las cosechas, lo que está generando una alta volatilidad en los mercados y una preocupante tendencia inflacionista. Además, debemos lidiar con la inestabilidad geopolítica en un contexto de competencia intensa.

El valor de la marca

El aporte fundamental de las marcas de fabricante radica en la diferenciación, tanto en la calidad del producto como en el valor de marca. Es esencial mantener una estrecha conexión con el consumidor, atendiendo a sus necesidades y proporcionando las soluciones adecuadas en el momento ideal. Con una comunicación efectiva, tanto en el punto de venta como fuera de él, podemos establecer una relación con los consumidores, lo cual es de gran importancia para los fabricantes. Estos intercambios son cruciales para cultivar una comunidad de marca y un ecosistema que trascienda el mero producto.

Perspectivas para 2024

Tenemos previsión de crecimiento en volumen y valor en las diferentes unidades de negocio: maíz, arroz, harinas y preparados sin gluten y *plant-based*. A nivel de canales de ventas, proyectamos crecimiento tanto en *retail* con nuestras marcas (Arroz Dacsa, Natur Dacsa y Hi Veggies!) y las marcas de distribuidor, como en el sector industrial de la mano de nuestros clientes. El objetivo es continuar con el crecimiento de los últimos años y seguir contribuyendo en el mercado de gran consumo a través de nuestra propuesta de valor.

