

Por Dawn Gray, fundadora de Global Consulting y presidente de Dawn E Gray

✘ Hay una nueva "palabra de moda" en los negocios en estos días... y esa palabra es transparencia. Así que, ¿qué significa mantener y apoyar la transparencia en el mercado global, consciente y conectado de hoy, o como me gusta decir, hacer negocios al desnudo?

Con sólo unos cuantos golpes al teclado omnipresente de un teléfono inteligente o un computador en cualquier lugar, casi cualquier persona puede acceder a la información detallada u oscura.

Estamos viviendo en una era de accesibilidad, una era de transparencia. El consumidor se ha vuelto muy inteligente, así como hambriento de verdad e iluminado cuando se trata de los productos que utilizan y los alimentos que consumen. Así que ¿cómo se ve en la vida real, y cómo estás aprovechando eso en tu negocio?

La transparencia, especialmente en los negocios, significa honestidad, sinceridad e integridad, y esto significa que no hay nada que ocultar. Una empresa transparente es un negocio dócil, uno que respeta colegas, empleadores, empleados, agencias de gobierno y por supuesto al consumidor.

Hoy, los productores, transportistas y comercializadores de frutas y hortalizas frescas hacen todo lo posible para ser dóciles. Sin embargo, todos se enfrentan a la amenaza de enfermedades transmitidas por alimentos que aterrorizan al público y a nuestros sustentos.

Es interesante observar lo que está impulsando el crecimiento de las ventas de frutas y hortalizas frescas orgánicas. Creo que son impulsadas en parte por algo más que el concepto de abandonar los pesticidas. Le habla al deseo de transparencia de los consumidores. Ellos quieren saber lo que está pasando con los alimentos que consumen, no importa de dónde proviene o cómo se manipula. Se crea a la vez un mandato y una oportunidad para todos los productores, distribuidores, mayoristas, minoristas y todos los involucrados. "Dinos lo que tienes, cómo lo has producido, enviado y vendido, y asegúrate de que cada uno es responsable" ¡Hay una enorme oportunidad para los productores convencionales!

La tecnología y la revolución de la información es, de hecho, un mandato para la transparencia. Me inspiró para tomar una frase tradicional y darle un cambio de orden, uno que modernizará su mensaje para el nuevo milenio y más allá. Todos hemos oído la frase conocida como "Ley de Murphy". Simplemente dice: "Todo lo que pueda salir mal, lo hará en el peor momento posible". Murphy descubrió e identificó esa condición en la década de

1940.

Me gustaría proponer "Corolario de Gray en la Ley de Murphy" y eso es: "Cualquier detalle que pueda ser descubierto será solicitado" o "ríndete y revela". Prepárate para la franqueza, la rendición de cuentas y la conversación. Siéntete orgulloso de tu producto y su origen, y prepárense para compartir el proceso. En última instancia, la transparencia fomenta la colaboración, la relación cliente-proveedor, y comprender mejor todos los niveles del negocio.

Nuestra industria está bajo escrutinio como nunca antes. Es necesario construir confianza. Nos guste o no, la tapa se está levantando en todo. La construcción de esta confianza y trazabilidad llevará tiempo, pero es una gran oportunidad. Una investigación del IGD (Institute of Grocery Distribution) reveló que el 56% de los compradores entrevistados quiere saber más sobre los orígenes de los alimentos que compran, y ese porcentaje se duplicó con creces en los últimos dos años. La demanda de transparencia está ganando impulso. En este punto de la revolución el consumidor ya no prescribirá el adagio "la ignorancia es felicidad". Necesitamos abrazar la idea de que un consumidor educado es nuestro mejor cliente.

Volviendo al "Corolario de Gray en la Ley de Murphy", piensa en el impacto de las redes sociales en la transparencia. Las redes sociales han permitido que el boca a boca ocurra a una escala sin precedentes. Uno de sus efectos más poderosos a través de opiniones y recomendaciones es poner la calidad y el valor en dinero del producto como la clave del éxito. Creo que esta es una buena noticia para las frutas y hortalizas frescas, ya que trae un nivel de transparencia que impide a los comercializadores publicitar su camino al éxito sin la subyacente calidad del producto.

Hay muchas maneras y formas para hacer negocios al desnudo en la industria de frutas y hortalizas frescas. Somos realmente afortunados de estar involucrados en una variedad de aspectos de un negocio que es en última instancia una parte esencial de la vida. En muchos sentidos, tenemos un público cautivo, pero ese público también tiene opciones. Todos tenemos que comer para vivir, pero nadie tiene que ingerir tu producto en particular.

Hay formas de hacer negocios y luego hay formas de hacer negocios que sean inclusivos, divertidos e informativos. La revolución de la tecnología también nos ofrece nuevas maneras de informar al público y apoyar a nuestra industria ¿Las estás utilizando para compartir tu mensaje?

Vivimos, trabajamos y somos más que un poco apasionados por una industria que está llena

de tradición. Tenemos que encontrar el equilibrio entre honrar la tradición mientras aceptamos la innovación. Adaptarse o morir, como se suele decir. Así que nuestro reto es tomar todo ese conocimiento, integridad, orgullo y experiencia, y afinar todo lo que tienes para entrar en la conversación de una nueva era.

Me encantaría conocer tu opinión sobre el tema. Asociarse para explorar un nuevo territorio no sólo es sabio, es ser alentados, y por supuesto que es un elemento esencial de una verdadera transparencia ¡No tengo ninguna duda de que vamos a vernos más de uno al otro en el futuro!

www.portalfruticola.com