

TRIBUNA

# Una fusión de diseño, tecnología, conectividad, interacción y emoción

Javier Ordóñez

hostelería es el principal canal de consumo de cerveza, ya que supone la cuarta parte de la facturación. Por otro lado, según datos extraídos del estudio *El sector cervecero artesanal español y sus posibilidades de internacionalización*, publicado por la revista *Regional and Sectorial Economic Studies* en 2015, las microcerveceras artesanales españolas se han multiplicado por 15 desde el inicio de la crisis. Para paradojas, el del mundo de la cerveza. Una explicación lógica vendría a ser el cambio de hábitos al que nos ha llevado la disminución de poder adquisitivo, preferimos invertir en calidad en detrimento de cantidad. Volvemos al producto de proximidad y lo artesano. La cultura de la cerveza se ha extendido significativamente. Los profesionales de la barra se han convertido en verdaderos cicerones (el *sumiller* de la cerveza). El consumidor de hoy es más exigente, pasando de consumir producto a tomar experiencias. Las grandes cerveceras, conscientes de la demanda, se alían con microcerveceras para estar más cerca del consumidor.

## “Algunos bares rompen con la exclusividad de las marcas y ponen su propio tirador que se identifique con el local”

Algunos propietarios de bares toman la sartén por el mango: rompen con la exclusividad de marcas; adquieren su propio tirador con un diseño que se identifique con el local (piezas casi de museo que a menudo provocan visita obligada al bar); eligen cervecera por la originalidad de los tiradores personalizados, u optan por columnas multigrifo para presentar una oferta variada de cervezas. La misión de Aplimet es hacer visible la marca, que cuando el cliente se acerque a la barra, vea el tirador, le impacte y recuerde la marca de la cerveza que se está tomando.

Desde que entablas conversación con Daniel, queda claro que sus pasiones son la empresa, la música y viajar. “Ver mundo es indispensable para mirar las cosas desde otra perspectiva y darte cuenta de lo que realmente importa”. Hablando de cosas importantes, el poco tiempo libre que le queda lo dedica a su madre y a su hijo. Luego, se ha marcado como objetivo publicar disco el próximo verano. De Aplimet dice que es su vida, que la lleva en el corazón.

Hace poco, leía un artículo que auguraba un incremento de la demanda de ingenieros por parte de las empresas. A pesar de las buenas expectativas, creo que todavía no hemos salido de ese bache que supuso la crisis. Cada vez tenemos más jóvenes titulados frustrados por desempeñar otros trabajos. Yo empecé trabajando como técnico de mando medio, pero aspiraba a dirección de fábrica y comercial. Me titulé en ingeniería técnica industrial hace 20 años. La carrera te enseña cómo aprender y el oficio lo aprendes ejerciendo, más que con un máster. Hasta llegar a Aplimet, he pasado por diversas empresas del sector textil. Eran otros tiempos. Si las empresas facilitaran la circulación de capital humano, saldrían ganando en ambos sentidos.

En 2008 me incorporé a Aplimet como comercial técnico. Me recibió Daniel López Tripiana, el CEO de la empresa. Me pareció un joven emprendedor con una energía muy positiva. Me gustó la propuesta, diferente de lo que había hecho hasta el momento. Pero, ¿qué son las fábricas? Personas y máquinas; se trata de saberlo gestionar. Este 2017 cumpla 10 años aquí. Cada proyecto es diferente, eso me apasiona. El cliente te contagia su ilusión por empezar un nuevo negocio, nuestra función es hacer realidad su sueño.

### El Ferrari del sector

Una cosa que me sorprendió de Aplimet es la meticulosidad para producir torres y tiradores de cerveza. La excelencia es nuestra meta. Desarrollamos productos sofisticados de gama alta con valor añadido, somos el Ferrari del sector. Nos conocen porque no tenemos límites, si no lo hacemos nosotros es que no lo hace nadie. Es un trabajo muy creativo y mi experiencia en el sector textil me ha ayudado mucho. Mi puesto de trabajo también requiere habilidades comunicativas y estoy constantemente haciendo de interlocutor

entre la empresa y el cliente. Su satisfacción pasa por sentirse escuchado y que sus necesidades se vean reflejadas en el proyecto. Además, los técnicos industriales tenemos una base técnica que nos ayuda a hablar el mismo idioma.

Aplimet se diferencia por la flexibilidad y la capacidad de reacción. Respondemos en poco tiempo porque no producimos a gran escala. Crecemos con los pies en el suelo. Impulsamos la economía local, lo cual nos permite estar en contacto con proveedores e intervenir con mayor facilidad. La competencia opera a bajo coste, pero nuestro cliente busca exclusividad y calidad. Trabajamos codo con codo con él, sabemos qué necesita. El dueño del bar quiere piezas que se identifiquen con la personalidad del local; no le importa gastarse más dinero con tal de diferenciarse del bar de al lado. La cervecera pide más cantidad de tiradores; en proporción, invierte menos en el tirador y su objetivo es que se refleje la marca, que el consumidor se acuerde de la cerveza que está tomando. Las microcerveceras son un mix entre las otras dos. Desde Aplimet, somos conscientes de la necesidad de las marcas para dialogar con sus clientes. Por eso estamos apostando por la fusión de diseño, tecnología, conectividad, interacción y emoción. Nosotros ayudamos a que nuestros clientes conecten con el cliente final.

Para que la industria tire adelante hace falta motivación, retos, meterte de lleno en lo que haces y tener la oportunidad de aprender cosas nuevas. A modo de curiosidad, entrar en Aplimet me ha llevado por derroteros que nunca hubiera pensado, como que terminaría haciendo cerveza artesana en mi casa, algo que me ha ayudado a comprender mejor las necesidades de algunos de nuestros clientes.

Javier Ordóñez es ingeniero técnico industrial que trabaja como comercial técnico en Aplimet.