

# El 'futuro' pasa por los países del Este

**La empresa Futura está muy activa en mercados de la antigua Unión Soviética como Rusia, Uzbekistán, Kazakhstan o Tayikistán, en plena expansión**

Operativa desde 2010, pero con gran experiencia en el sector de la maquinaria hortofrutícola, Futura nació con vocación exportadora y una filosofía de trabajo distinta a la tradicional: no tienen soluciones estándar, sino que las crean adaptándose a la realidad de cada país con el que trabajan. Máxima flexibilidad, facilidad de uso y maquinaria a medida de forma ágil, para prestar un servicio donde la relación estrecha con el cliente favorece el 'tú a tú' tanto a nivel presencial como a distancia. Un claro ejemplo de ello es su apuesta por el control remoto para realizar en apenas unos minutos las tareas de mantenimiento en países alejados de su sede operativa, en Cesena. "Nuestros clientes son agricultores, no ingenieros, y necesitan eficiencia y fiabilidad porque no pueden parar la línea de trabajo", sintetiza el gerente, Omar Papi.

Futura ofrece soluciones a medida y una alta calidad a precios muy competitivos. Además siempre que es posible hacen "un mix entre

lo viejo (la maquinaria o piezas que ya poseen) y lo nuevo, para que nuestros clientes puedan tener un precio más asequible".

En un mercado global con gran competencia, la firma ha apostado fuerte por mercados emergentes o en vías de expansión en países de la antigua Unión Soviética como Rusia, Uzbekistán o Tayikistán, y también en otros como Kenia, Sudáfrica, India... En lo que respecta al mercado español, sigue vendiendo a través de sus distribuidores en la zona de Lleida, Castellón y El Ejido.

El secreto para acceder a estos mercados es "entenderlos a 360 grados, conociendo la cadena desde el campo al supermercado y hablando en su propio idioma", explica Papi. "Y es que cada realidad es un mundo. Seguimos de cerca a los países que producen y exportan frutas a los supermercados, principalmente los de Rusia y Europa. Por ejemplo,

Uzbekistán vende mucha fruta a supermercados rusos, un aspecto importante a la hora de establecer ciertos requisitos en la cadena de manipulado".



Apple

## Futura's 'future' lies in the Eastern Bloc countries

**The company Futura is highly active on markets in what previously was the Soviet Union, such as Russia, Uzbekistan, Kazakhstan or Tajikistan, which are all booming**

Functioning since 2010, but with significant experience in the fruit and vegetable growing machinery sector, Futura was born with an exporting vocation and a totally untraditional work philosophy: they do not have any standard solutions; rather, they create them by adapting to the reality of each country they work with. Maximum flexibility, ease of use and streamlined made-to-measure machinery to provide a service where close client links encourage 'one-to-one' relations both face to face and at a distance. A clear example of this is the company's commitment to remote control for carrying out maintenance tasks in just a few minutes in countries that are a long way from their operating headquarters in Cesena. "Our clients are farmers, not engineers and they need efficiency and reliability because they cannot stop the work line," summarises the manager, Omar Papi.

Futura offers high quality, made-to-measure solutions at very competitive prices. It is also always possible to make "a mix between old (machinery or pieces that they already own) and new, in order for our clients to be able to obtain a more affordable price."

On a highly competitive global market, the company has made a strong commitment to markets that are emerging or expanding in countries in what was previously the Soviet Union such as Russia, Uzbekistan or Tajikistan, as well as in others such as Kenya, South Africa, India... With regard to the Spanish market, the company continues selling through its distributors in the regions of Lerida, Castellon and El Ejido.

The secret to accessing these markets lies in "complete understanding, knowing the chain from the fields to the supermarket, and talking in their own language," Papi explains. "And the fact is that each reality is a complete world of its own. We follow the countries that produce and supply fruit to the supermarkets closely, mainly in Russia and Europe. For example, Uzbekistan sells a great deal of fruit to Russian supermarkets, an important aspect when establishing certain requirements in the handling chain."

