

* RIVER INTERNATIONAL

Jordi Echevarría

DIRECTOR COMERCIAL DE RIVER INTERNACIONAL

“Queremos que nuestros clientes puedan ofrecer los mejores productos en la mayor gama posible, adecuado a su canal y con la mejor información posible. ...”

Desde su fundación en 1982, River Internacional se ha consolidado como un referente en la distribución de marcas innovadoras y de alta calidad en España, cubriendo necesidades en electrónica de consumo, pequeño electrodoméstico y menaje. Bajo la dirección comercial de Jordi Echevarría, la compañía ha sabido adaptarse a un mercado en constante evolución, destacando por su servicio personalizado y su capacidad para incorporar avances tecnológicos que optimizan sus procesos.



¿Cómo ha evolucionado River Internacional en España desde su fundación hasta hoy? ¿Cuáles han sido los hitos clave de la empresa en el país?

River Internacional se fundó en 1982. Desde un inicio se centró en la distribución de productos y marcas que pudieran dar soluciones a los usuarios. Su misión es dar el mejor servicio posible a los clientes y usuarios finales, con marcas punteras centradas en el desarrollo e innovación.

¿Qué principales marcas comercializa River Internacional en España y qué lugar ocupan en el mercado?

Todas las marcas son importantes, desde la última en incorporarse, Shark Ninja, a la más antigua que distribuimos, Beurer. Todas cubren unos nichos específicos de mercado y todas tienen una historia de éxito, Wahl in-

ventó el cortapelos eléctrico, Ariete despuntó con los productos de vapor, Sage es el especialista en café, muy querido entre los baristas, KitchenAid con sus robots icónicos, ELBE cubriendo la electrónica de consumo necesaria y demandada en España y así con todas y cada una de las marcas. Su lugar en el mercado es el de poder dar solución a las necesidades de los clientes y ofreciendo un abanico de productos y marcas desde un único punto de servicio.

¿Cuál es la posición actual de River Internacional en el mercado español y cómo se diferencia de sus principales competidores?

Servicio, servicio, servicio en las cantidades adecuadas, adaptándonos a las necesidades logísticas y operativas de nuestros clientes independientemente de su tamaño. Con propuestas pormenorizadas y adecuadas para poder generar una confianza en el día a día que nos permite tener relaciones comerciales de éxito y duraderas.

¿Cómo está River Internacional incorporando nuevas tecnologías o innovaciones para mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante cambio?

Entre las novedades continuas que van introduciendo las marcas que distribuimos en el mercado y la adaptación constante para poder dar el mejor servicio a nuestros clientes, estamos permanentemente buscando soluciones y maneras de poder facilitar la comunicación, formación y ejecución de sistemas.

Al fin y al cabo, queremos que nuestros clientes puedan ofrecer los mejores productos en la mayor gama posible, adecuado a su canal y con la mejor información posible. Todo ello hace que tengamos que estar muy al día y, de la mano de las marcas que distribuimos, dedicando mucho tiempo a ello.

¿Qué medidas ha implementado la empresa para mejorar la eficiencia operativa en sus procesos de distribución y comercialización en España?

Desde un reciente cambio de almacén, mejorando sistemas y procesos y adecuándolo a la necesidad actual, tenemos numerosos procesos diferenciados para poder ser lo más eficientes posible de cara a nuestros clientes y proveedores.

¿Qué estrategias de sostenibilidad está aplicando River Internacional para reducir su impacto ambiental en sus operaciones y productos?

La eficiencia a la hora de preparación de pedidos, de gestión de estos es algo que nos ocupa. En cuanto a los productos, muchas de las marcas hace tiempo que han empezado a revisar sus embalajes, contenidos y materiales consiguiendo grandes avances en muchos casos en material de sostenibilidad y medio ambiente.

¿Cuáles son las principales tendencias que la empresa ha identificado en el mercado español y cómo se está adaptando a ellas?

Al estar en varias categorías, Electrónica de consumo, Pequeño Electrodoméstico y Menaje, son varias las tendencias y categorías que hemos detectado, tanto a nivel de producto, como cambio en el proceso de compra por parte de los consumidores como en la gestión de producto. A nivel interno y con las marcas trabajamos para poder responder a todas en gama, contenido, proceso o formación para bien de nuestros clientes y usuarios.

¿Cuáles son los planes de expansión o crecimiento de River Internacional en España para los próximos 5-10 años?

En un mercado como el español, nuestra estrategia seguirá siendo potenciar el retail y centrarnos en el retail, nuestro foco más importante.

Tenemos un catálogo de marcas y productos extenso y nuestros clientes se benefician que podemos ofrecer marcas top a nivel mundial, en categorías nuevas o muy maduras y desde un único punto de servicio. Esta ventaja competitiva hace que tengamos un sentido en el



mercado y tengamos espacio de crecimiento en el mismo.

¿Cómo describirían el perfil del cliente español de River Internacional y cómo ha cambiado en los últimos años?

El cliente de River es un cliente exigente y así debe ser. Con unas necesidades específicas, tenemos que adaptarnos para que pueda tener los productos que necesita, en las cantidades que necesita en el plazo que necesita. Los plazos de entrega se han acortado; el nivel de información que necesita ha aumentado; la introducción de

las Redes Sociales ha cambiado parte de la comunicación de la tienda y tenemos que colaborar, desde la Sede Central o Regional del grupo hasta la tienda para que pueda hacer llegar sus mensajes. Hemos desarrollado maneras de poder compartir contenido a todos los niveles.

¿Existen colaboraciones o alianzas estratégicas que River Internacional ha formado recientemente en España para fortalecer su presencia en el mercado?

Estamos en continuo progreso y trabajando con todos nuestros clientes, analizando nuevos canales, revisando nuevos mercados, estudiando maneras de trabajar de otras empresas en otros canales con un único fin, dar a nuestros clientes el mejor servicio, con los mejores productos, con las mejores y más diferenciales marcas para que estos puedan dar solución a las necesidades de sus clientes y que el nivel de satisfacción por parte de toda la cadena de suministro hasta el usuario final sea excelente. Así llevamos trabajando desde 1982.

