



SECTOR ELABORADOR

La industria agroalimentaria refuerza su seguridad

La crisis del covid -19, ha creado situaciones a las que nunca antes nos habíamos enfrentado. La declaración del estado de alarma a nivel nacional se hizo con el fin de proteger la salud de los ciudadanos frente a la pandemia de coronavirus con dos condiciones, garantizando el suministro alimentario y promoviendo medidas de distanciamiento social. Así, el suministro de alimentos y la producción agro-ganadera se convirtieron en servicios esenciales pero el confinamiento, el cierre de la hostelería y las limitaciones de los desplazamientos han afectado a la forma de trabajar, al empleo y también a las ventas. ¿Cómo lo ha vivido el sector transformador y la industria agroalimentaria de Navarra y cómo ha sido todo el proceso de adaptación?



..... punto de vista



Cristina Lecumberri
Directora General de ALINAR

Para el sector ha supuesto el gran reto de responder a la necesidad de garantizar el abastecimiento de alimentos a la población en una situación de crisis sanitaria inaudita, en un tiempo record, con todas las dificultades que implica la incertidumbre generalizada a todos los niveles y la propia tristeza y preocupación de cada uno al ver nuestra sociedad amenazada por la covid-19.

Afortunadamente creo que la respuesta ha sido impresionante y, gracias a la capacidad de gestión y liderazgo de nuestros empresarios y al compromiso y la responsabilidad de todos los que trabajamos en el sector agroalimentario, se ha superado el reto. En ningún momento los ciudadanos han debido temer por la falta de alimentos, lo que de otra forma hubiera provocado un caos social.

Pregunta | ¿Cómo habéis vivido estos meses y cómo ha sido todo el proceso de adaptación?

Respuesta | Las semanas siguientes a la declaración del estado de alarma fueron frenéticas y llenas de incertidumbres. El primer objetivo de nuestras empresas fue preservar la salud de todos sus trabajadores y tomar todas las medidas de prevención para ello. Se desarrollaron **planes de contingencia que permitieran mantener la actividad con total seguridad para las personas para lo que fue necesario: intensificar protocolos de prevención**, reorganizar espacios, turnos, líneas de trabajo, instaurar el teletrabajo en lo posible... Una tarea ingente de **reorganización total a todos los niveles** que, unida a la dificultad para el abastecimiento de Epis y a la publicación diaria de nue-



vas normativas y directrices, no siempre claras, hizo que, especialmente la última quincena de marzo y la primera de abril, fueran muy complicadas para las empresas. Las empresas eran conscientes de su responsabilidad para garantizar el abastecimiento de alimentos a la población e hicieron todo lo que estuvo en su mano para responder, y creo que sinceramente se ha hecho y se sigue haciendo, ya desde una situación menos crítica, muy bien.

Ha habido que tomar decisiones muy rápidas en cuestión de horas para adaptarse a la situación y trabajar muy intensamente, pero **hemos podido ver entre el personal de las empresas incluso un sentimiento de “orgullo” de pertenecer a este sector y de poder ser útiles a la sociedad ante una situación tan crítica.** Pienso que el sector en su totalidad ha salido reforzado, demostrando una vez más, igual que hizo en la crisis financiera de 2008, que **realmente se trata de un sector estratégico y esencial para la sociedad en general.**

P. | ¿Qué ha supuesto la crisis a nivel de empleo, facturación, etc. en el conjunto? ¿Es solo un paréntesis o supondrá un cambio estructural a medio plazo, por qué?

R. | Nos encontramos con una **crisis sanitaria con claras consecuencias en la economía.** Viendo el panorama de otros sectores, el agroalimentario debe considerarse privilegiado. La mayoría de las empresas han podido mantener su actividad y nivel de empleo, aunque el tema no ha afectado a todos por igual.

Las empresas más dependientes del **canal HORECA** (hoteles,

restaurantes y cafeterías) están sufriendo esta crisis en toda su crudeza al ver desaparecer a todos sus clientes de un día para otro, lo que les ha obligado a importantes ajustes.

A nivel facturación, es muy pronto para avanzar nada. Dependerá de cuál sea el escenario definitivo de aquí a fin de año. En **retail** ha habido aprovisionamientos muy elevados para cubrir los picos de demanda pero no se sabe hasta qué punto se mantendrán en los meses siguientes. En HORECA, la desescalada no va a ser fácil y por lo tanto la recuperación tampoco, habrá que ir viendo. Se han tenido que cambiar también estrategias, planes de inversión... En todo caso, **no será un año fácil. Ha habido que asumir muchos costes para poder mantener la actividad:** equipamientos de prevención, reorganización física de las instalaciones, costes operativos y de eficiencia adicionales por cambios de línea, de surtido... los gastos se han disparado.

En relación a si se trata de un cambio estructural o coyuntural, en principio a diferencia de la crisis financiera que era estructural, aquí lo que se ha producido es un desajuste terrible entre la oferta y la demanda debido al confinamiento y al cierre de establecimientos y eso debería ser coyuntural. Sin embargo, veremos si los cambios producidos a nivel de consumo y de nuevos hábitos surgidos, y del propio sentir social, permanecen en el tiempo y provocan un cambio estructural en la dinámica habitual de la cadena alimentaria.

P. | ¿Han notado pérdida de clientela? ¿Cambia el perfil de las personas consumidoras?

R. | **Estas semanas se ha producido una verdadera revolución en los canales de venta.**

El cierre del **canal Horeca ha sido el más perjudicado en esta crisis.** De su evolución y resistencia dependerá que las empresas que venden en él pierdan clientes o simplemente se trate de un paréntesis. Mientras, **los clientes del canal alimentación han aumentado sus volúmenes de compra compensando en parte al canal restauración.**

Por otro lado, **el comercio electrónico ha tenido crecimientos espectaculares, especialmente durante el confinamiento. Se estima que un 23% de la población ha accedido por primera vez a este canal** y buena parte de ese porcentaje seguirá haciéndolo. También el delivery está mostrando gran potencial.

A nivel de hábitos de consumo y de compra se han producido muchos cambios, que han ido incluso modificándose por semanas en función de la fase de desescalada en la que nos encontráramos. Nos situamos ante un consumidor más racional cuya **principal preocupación hoy en día es la seguridad y la higiene de los alimentos,** es el gran driver de consumo que esta crisis está marcando. **El consumidor demanda productos envasados, se incrementan los productos básicos pero también es una gran oportunidad para los productos de calidad, cercanos y para las marcas conocidas,** que proporcionan esa

seguridad a todos los niveles. Es el **momento de poner en valor nuestros productos y empresas y marcas de garantía como Reyno Gourmet, en el caso de Navarra.**

P. | ¿Qué podemos sacar de positivo de esta crisis?

R. | Que somos capaces de mucho más de lo que habitualmente pensamos. Nuestra capacidad de resistencia y adaptación es impresionante. Y... que juntos estamos mejor, tanto en nuestros hogares como a nivel profesional, el compartir esfuerzo y objetivos nos une y nos hace más fuertes.

“A nivel de sector, la crisis ha supuesto la consolidación del sector agroalimentario como estratégico y esencial para la sociedad y el refuerzo de todos los eslabones de la cadena alimentaria”

A nivel de las **empresas agroalimentarias**, ha supuesto una gran toma de conciencia de su capacidad de respuesta ante situaciones límites conscientes de su responsabilidad y compromiso social. Los empresarios han debido tomar decisiones a velocidad de vértigo teniendo siempre muy claro que lo primero era la salud de sus equipos. Y éstos han dado una muestra enorme de responsabilidad y generosidad conscientes de su papel fundamental en la organización.

P. | ¿Cómo ven el futuro, qué medidas consideran necesarias para salir de la crisis y adaptarse a la “nueva normalidad”?

R. | Yo soy positiva y quiero ver el futuro también en positivo, siempre y cuando apostemos por trabajar todos en la misma línea, con sentido común, para recuperarnos como sociedad y como economía.

Más que hablar de “nueva normalidad” creo que lo importante es saber dónde estamos y desde ahí iremos evolucionando co-

mo se ha hecho siempre. Es cierto que nos esperan unos meses duros. En otros sectores el impacto de esta crisis está siendo terrible y nos vamos a encontrar con tasas de paro muy elevadas, con un déficit enorme... por eso las medidas deben ser rápidas y muy enfocadas a la reactivación real de la economía.

Desde mi punto de vista hay tres líneas claras de actuación: la primera es trabajar para volver a recuperar la confianza del consumidor. Es cierto que hay una parte de incertidumbre generada por el propio virus que no podemos controlar pero desde las instituciones no se puede generar incertidumbre y temores añadidos, hay que evitar las actuaciones improvisadas y la crispación.

En segundo lugar, **se debe focalizar en todo tipo de medidas dirigidas a crear empleo:** itinerarios de empleabilidad, facilitar movilidad de trabajadores, favorecer la flexibilidad en las organizaciones, ayudas a la contratación, ajuste tiempos de ERTES, adecuación de formación...

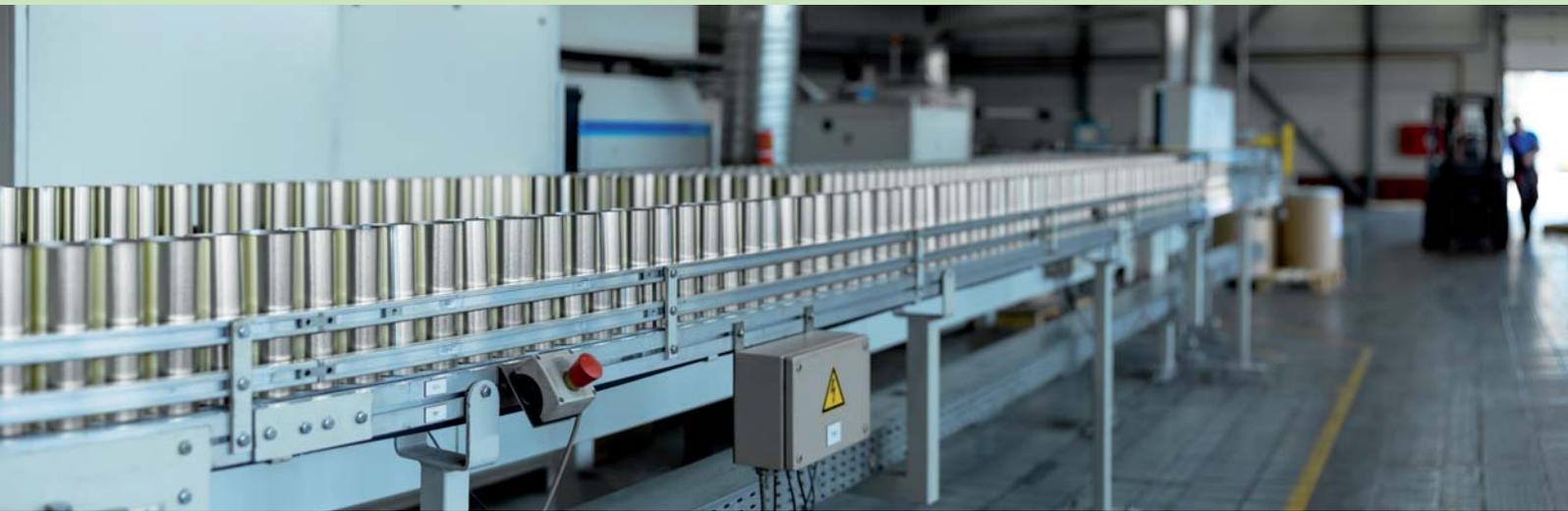
Y como **tercer punto clave, garantizar la liquidez para poder entrar en la línea de la recuperación.** El objetivo tiene que ser **reactivar la economía para evitar el paro. No penalizar la inversión ni el consumo** porque sería fatal para el empleo. Paralelamente, la administración debe seguir funcionando, con: convocatorias, inversión, planes de promoción y comunicación...

P. | ¿Hemos pasado lo peor?

R. | Ojalá pudiera contestar a esta pregunta... Lo que sí tengo muy claro es que hemos avanzado y aprendido mucho desde el mes de marzo. Conocemos ahora mucho mejor nuestros miedos y debilidades pero también nuestras fortalezas y capacidad de reacción ante situaciones en muchos casos límite. El aprendizaje siempre queda y siempre es positivo para afrontar situaciones futuras.

La alerta y la seguridad van a seguir siendo prioritarias durante mucho tiempo pero surgirán muchas nuevas oportunidades y debemos estar pendientes para aprovecharlas.





P. | Después del coronavirus ¿qué nuevos retos y nuevas líneas de trabajo se plantea la industria agroalimentaria para la recuperación?

R. | **El apoyo a la industria, como motor de la reactivación económica, debe ser claro:**

■ **La digitalización será el gran reto**, ya lo era pero ahora se presenta como indiscutible y urgente. **El teletrabajo**, hoy 1 de cada 3 ha teletrabajado (34%) antes del Covid-19 no suponía ni el 10%, y ha venido para quedarse, permite conciliar ganar en productividad, evitar viajes, gastos... pero siempre como mix con la actividad presencial que es fundamental. Hay que seguir cubriendo infraestructuras digitales.

■ **La internacionalización es imprescindible para crecer y diversificar riesgos.** Además de continuar apostando de forma decidida por la innovación, mejoras energéticas, FP Dual, compra pública innovadora...

■ **La sostenibilidad es el gran reto que tenemos por delante, en sus tres aspectos: medio ambiental, económico y social.** Esta crisis sí que ha cambiado prioridades de consumidores a la hora de elegir productos en este ámbito. Si antes se focalizaba más en el aspecto medio ambiental ahora la sostenibilidad social se ha hecho visible y es la que cobra importancia ante los consumidores. La crisis ha puesto en valor, así, a las marcas conocidas, a las que visualizan un compromiso con la sociedad. Lo que vuelve a ser una oportunidad para Navarra.

P. | Puntos fuertes del cooperativismo y asociacionismo para superar la crisis..

R. | Desde ALINAR la actividad también está siendo muy muy intensa estos meses.

Nuestra obligación era acompañar a las empresas en estos difíciles momentos, manteniéndolas informadas al instante de cualquier cambio normativo (y han sido muchos...), facilitando la gestión de Epis, resolviendo dudas, tramitando gestiones con las distintas administraciones, Institutos de salud pública, con la Delegación del Gobierno, implicando hasta a la propia Presidenta del Gobierno de Navarra que personalmente también nos ha apoyado y defendido en Madrid.

Formar parte tanto de CEN-CEOE, como de Fenaval y FIAB, en tanto Federaciones nacionales, ha sido también fundamental para tener acceso a la información relevante al instante y para trasladar nuestra voz a los distintos Ministerios responsables de la gestión de esta crisis sanitaria.

Es en estos momentos de crisis, cuando se ve el papel verdadero papel de una Asociación como la nuestra para acompañar a sus socios en todo momento, apoyarles y reclamar todo lo que han ido necesitando para mantener su actividad. Estos duros meses han servido para unificar, para que cada empresa se sintiera parte de algo más grande compartiendo realmente problemas, inquietudes, expectativas..., el saber que no estaban solos en esta situación ha sido muy importante y ha consolidado el contacto entre ellos y el vínculo con la asociación propiamente.

P. | ¿Cree que la sociedad valora el esfuerzo que han hecho el sector agroalimentario en este periodo?

R. | Yo quiero creer que sí... **Se ha puesto en valor además la importancia de toda la cadena agroalimentaria y la necesidad de seguir apostando por su correcto engranaje**, desde el sector primario, la industria agroalimentaria, la distribución, la logística, las materias auxiliares... todos somos esenciales para poder llegar al consumidor final, al ciudadano.

El sector ha hecho un gran esfuerzo en su totalidad y creo que es importante que se visualice y reconozca también por parte de las Administraciones para que puedan seguir impulsándolo y apoyándolo como merece.

