

José Juan Fornés

DIRECTOR GENERAL
JUAN FORNÉS FORNÉS (MASYMAS)

“Igual que inicialmente dimos tranquilidad, ahora tenemos que generar confianza”

■ POR J. C. L.

La crisis sanitaria provocada por el Covid-19 hace reflexionar a José Juan Fornés: “Nos ha enseñado la importancia que tiene el estar preparados para cualquier situación, por insólita o inverosímil que parezca, para gestionarla bien y ser capaces de acotar sus consecuencias. Hemos visto que ha sido capaz, prácticamente, de paralizar un país, por lo que sabiendo que estamos expuestos a posibles rebrotes del coronavirus o a futuras pandemias de otro origen es necesario prevenirlas y gestionarlas para que no deriven también en crisis económicas y sociales como está ocurriendo en esta ocasión”.

Los primeros días de la crisis fueron “frenéticos” para Juan Fornés Fornés. “No había horas suficientes al día, ni días a la semana, incluidos los festivos, para asegurar el abastecimiento en nuestros supermercados, que era prioritario por cuestiones de seguridad y orden”, prosigue el director general de la compañía, quien detalla la hoja de ruta seguida: primero, buscar la colaboración de todos los proveedores (“la respuesta de toda la cadena agroalimentaria ha sido unánime y ejemplar”, reconoce); después, reforzar la logística y el transporte, con una inversión importante, incrementando el número de camiones para reparto, contratando personal extra, alquilando más maquinaria y habilitando nuevos almacenes para responder al incremento de *stock*.

“Estoy muy orgulloso y muy agradecido a la rápida capacidad de reacción que ha tenido la empresa desde el primer momento y a nuestro personal; ha habido que tomar decisiones a toda velocidad que implicaban a la mayoría de los departamentos de la empresa y, además, la respuesta de todo el personal ha sido brutal. Siempre he confiado en ellos, pero la verdad es que me han maravillado”.



Superados los furibundos momentos de las primeras semanas de la crisis, la compañía de Pedreguer (Alicante) también mostró su perfil más solidario, donando 20 toneladas de alimentos de primera necesidad a los Bancos de Alimentos y Cruz Roja de Castellón, Valencia y Alicante. Además, la empresa, que inauguró su nueva tienda de Denia (Alicante) a mediados de mayo, donó el 10% de la recaudación del día de la apertura a dos entidades locales, al tiempo que también ha colaborado con asociaciones benéficas de la Región de Murcia.

Combatiendo los temores

El desafío que tiene ante sí Juan Fornés Fornés, y en realidad toda la distribución con base alimentaria, es “responder con prontitud y efectividad a la mayor preocupación que mueve desde ahora al consumidor, que es la seguridad”. Esta crisis -a juicio del director general de la empresa- ha creado una sociedad insegura: “De repente, tenemos miedo de todo, de lo desconocido, de lo que no controlamos por nosotros mismos, de lo que no vemos, de las consecuencias económicas que acarrearán... Por

LAS CUATRO CLAVES

MASYMAS

■ PRINCIPAL APRENDIZAJE DE LA CRISIS SANITARIA

“Estar preparados para cualquier situación, por insólita o inverosímil que parezca”

■ IMPORTANCIA DE LAS PERSONAS

“La respuesta ha sido brutal; siempre he confiado en ellos, pero me han maravillado”

■ PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO INMEDIATO

“La unión ha de seguir siendo básica para afrontar con éxito la recuperación”

■ CÓMO SERÁ EL CONSUMIDOR POS-COVID

“La mayor preocupación que mueve ahora al consumidor es la seguridad”

eso, igual que hemos sido capaces en un primer momento de devolver la tranquilidad en cuanto al abastecimiento, ahora tenemos que generar confianza para combatir todos esos temores”.

Esto implica que hoy, más que nunca, las empresas del sector deben ofrecer salud, trazabilidad, calidad, transparencia, proximidad y confianza. Entre otros aspectos, se recomienda una mínima manipulación de los productos, tiendas con un tamaño que faciliten un distanciamiento seguro en el momento de la compra, una comunicación estrecha y directa con el cliente...“Tampoco podemos desdeñar el valor de la sostenibilidad,

referida al valor de la cadena agroalimentaria, que se ha visto reforzado y se ha reconocido como nunca la valía del primer escalón, el sector agropecuario”, indica el directivo, a la par que resalta que el plástico en los envases alimentarios también ha reivindicado su función protectora, lo que ha supuesto que se desviase una parte de la venta asistida hacia el libre servicio porque el consumidor se sentía más seguro con el producto envasado.

“Por otro lado, la crisis económica que se avecina nos hace prever un nuevo escenario, donde el factor precio volverá a tener mayor peso, lo que conllevará tener surtidos más eficientes, prestando especial atención a los básicos, la MDD y la eficiencia de las promociones”, detalla.

Asimismo, José Juan Fornés también aboga por seguir manteniendo la colaboración y flexibilidad que han demostrado todos los agentes de la cadena agroalimentaria durante los momentos más lúgubres de la crisis sanitaria. “Esta unión ha de seguir siendo básica para afrontar con éxito la recuperación, ya que será más fácil en la medida en que se salven el mayor número de empresas, y para ello hace falta liquidez. Es fundamental que se agilicen los pagos y que el dinero fluya a lo largo de toda la cadena”, recomienda.

Finalmente, reconoce que la crisis sanitaria ha implicado un “importante incremento” en las ventas de su compañía (debido a los acopios iniciales y al traslado del gasto en la hostelería), pero “falta por ver cuáles serán las consecuencias de la crisis económica que se avecina y de su incidencia en el desempleo”, recordando que la Gran Recesión de 2008 supuso una mayor contracción de valor que de volumen. Y teme la incidencia negativa que pueda tener la caída del turismo, ya que Masymas cuenta con un número elevado de supermercados en zonas costeras.



José Juan Fornés agradece a toda la plantilla de la compañía su “rápida capacidad de reacción”.