

JOSÉ JUAN FORNÉS

DIRECTOR GENERAL DE JUAN FORNÉS FORNÉS (MASYMAS)

“El sector lleva dos décadas conteniendo precios”

“Son tiempos complicados”, lamenta José Juan Fornés, quien no recuerda tener que combatir tantas variables negativas al mismo tiempo desde que comenzó en este negocio, allá por 1981. El directivo alicantino no quiere ser “derrotista”, pero reconoce que “todo tiene un límite”, por lo que demanda ayudas para luchar contra la inflación, como una bajada del IVA de los alimentos o abaratar la energía.

Balance de la última década

El sector de la distribución es muy sensible a los cambios. La evolución de la economía afecta automáticamente a nuestra realidad, pero también otros aspectos. La importancia de la tecnología es cada día mayor. El consumidor necesita constantemente diversas opciones para realizar la compra con las mismas garantías de siempre. Y hay que saber responder. Y por mencionar otra gran realidad: la normativa, la sociedad y la situación de nuestro planeta nos llevan a apostar por negocios medioambientalmente más respetuosos y sostenibles. En ese camino estamos y por él seguiremos avanzando.

Desafíos futuros

El sector tiene diversos grandes retos. Uno de los más importantes es, sin duda, la sostenibilidad. Nosotros trabajamos en distintos frentes en este tema, y seguiremos haciéndolo en el futuro. Pero hay otros retos, por supuesto. La inflación tiene al sector en una complicada situación a la que habrá que dar respuesta. Las cadenas de supermercados no estamos repercutiendo por completo el incremento de precios y costes en la cesta de la compra, aunque obviamente ésta se ha encarecido. Pero esto tiene un límite. Por eso, pedimos una bajada del IVA de los alimentos o abaratar la energía para ayudar a un sector que lleva dos décadas conteniendo precios.

Claves de la gestión

La clave es no perder el rumbo y tener claras las prioridades. Son tiempos complicados, no recuerdo años con tantas variables negativas desde que empecé en este negocio. La pandemia, primero, pero después la invasión de Ucrania y la subida de

costes en las materias primeras, de la energía. Sin embargo, no quiero ser derrotista. Los supermercados pedimos medidas que ayuden a hacer frente a la inflación. Mientras, nos esforzamos para mantener una oferta que garantice la calidad a unos precios lo más ajustados posibles. El consumo, de momento, se mantiene fuerte, aunque es cierto que las marcas propias están creciendo con más fuerza.

Relevancia del factor humano

La digitalización es un proceso imparable cuya presencia en todas nuestras actividades diarias crecerá con el paso de los años. Y las nuevas tecnologías, que ya están ampliamente presentes en nuestras vidas, evolucionarán en el mismo sentido. Sin embargo, considero que el factor humano es y seguirá siendo fundamental en la distribución alimentaria. Masymas es consciente de la importancia de tener trabajadores bien formados y profesionales para garantizar un buen servicio. Eso no cambiará. Apostamos por la formación constante de nuestra plantilla. Puede variar la forma de hacer la compra, las facilidades de pago o el tipo de transporte utilizado, pero detrás de todo esto habrá una persona cuya capacidad y conocimiento serán fundamentales para la calidad del producto y del servicio ofrecido.

Conceptos esenciales

Actualmente, se habla de omnicanalidad, innovación, alianzas empresariales... No se trata de que un concepto sea más sobresaliente que otro, todos son importantes. Sin embargo, en función de la realidad y la estrategia de Masymas, los más relevantes son innovación y consolidación. Innovación porque es necesaria en un sector tan competitivo como el de la distribución, con una elevada competencia. Y consolidación, ya que nuestra cadena apuesta por un crecimiento sostenido, sin prisas, siendo una de las patas de nuestra estrategia anual remodelar y mejorar los supermercados para consolidar las zonas en las que estamos presentes.

