

JORDI LLACH

DIRECTOR GENERAL DE NESTLÉ ESPAÑA

“Ya no sirve mucho de lo que nos ha servido en el pasado”

El gran reto de la industria alimentaria es “demostrar su capacidad para alimentar de forma saludable y sostenible a una población creciente en un planeta cada vez más deteriorado”, afirma el nuevo director general de Nestlé España, que ocupa su cargo desde julio. El éxito futuro radicará -agrega- en satisfacer al consumidor cuándo y dónde elija, contribuyendo a una experiencia única.

Balance de la última década

Nuestro sector ha evolucionado y evoluciona constantemente, pero la pandemia aceleró los cambios y ha impulsado nuevos hábitos de consumo. En este sentido, se ha consolidado un consumidor cada vez más digital, más concienciado con su salud y con la del planeta, y más sensible al factor precio. Estamos frente a un consumidor empoderado que exige información detallada de los productos, que tiene mayor poder de decisión y que es cada día más influyente. Respecto a los canales de compra, también se han modificado sustancialmente en la última década: la tienda física, única alternativa durante años para el comprador, convive ahora con muchos otros canales. La omnicanalidad es hoy en día una realidad que ha llegado para quedarse.

Desafíos futuros

El sector de la alimentación tiene por delante el gran reto de demostrar su capacidad para alimentar de forma saludable y sostenible a una población creciente en un planeta cada vez más deteriorado. La población mundial consume actualmente los recursos equivalentes a 1,7 planetas y se espera que para 2030 se alcancen los dos planetas completos. Por ello, la sostenibilidad, es uno de los grandes desafíos del sector. A este se unen, entre otros, el efecto imprevisto de una guerra en Europa y una sequía que están presionando la inflación de costes en toda la cadena de aprovisionamiento. Satisfacer mejor a una población más segmentada y hacerlo a un coste razonable es ahora mismo un gran reto.

Claves de la gestión

El nuevo escenario originado por la pandemia, la crisis económica derivada de la guerra en Ucrania y una sequía de niveles históricos, entre otras causas, están poniendo una enorme presión en los precios de las materias primas y los costes energéticos. Para afrontar este panorama, debemos ser resilientes y, no solo seguir apostando por el camino de

la sostenibilidad, sino acelerarlo. Además, hemos de combinar una disciplina estricta en la gestión de los costos con una actitud abierta a la innovación, pero no se trata solo de la innovación de producto, sino de una innovación más holística. También debemos innovar en el servicio con valor añadido, de manera que nos acerquemos cada vez más a la nutrición personalizada. Mucho de lo que nos ha servido en el pasado ya no nos sirve para satisfacer a un consumidor mucho más exigente. Y debemos realizar una apuesta firme por la economía circular.

Relevancia del factor humano

En España, Nestlé tiene una plantilla media de más de 4.000 personas. La compañía siempre ha considerado su equipo humano como un factor clave de éxito y dedica importantes recursos a proporcionar herramientas de desarrollo personal y profesional a sus empleados. El futuro pasa por organizaciones cada vez más digitales, ya que no hay duda de que las nuevas tecnologías nos ayudan a sumar eficiencias, restar errores y simplificar el trabajo, pero el factor diferencial lo seguirán aportando las personas. No tengo ninguna duda que el éxito de las organizaciones y de las empresas está en las personas y el talento que son capaces de desarrollar.

Conceptos esenciales

El éxito va a depender de combinar acertadamente varios conceptos, pero si tuviera que elegir uno, hablaría de innovación en omnicanalidad. Se trata de satisfacer al consumidor cuándo y dónde elige de forma especial, contribuyendo a una experiencia única.

