

Juan Luis Durich

DIRECTOR GENERAL
CONSUM

“**Las personas, con su trabajo y motivación, van a levantar de nuevo el país**”

■ POR JESÚS C. LOZANO

El estado de alarma y confinamiento que han vivido los españoles constituye “un momento totalmente nuevo e histórico para la sociedad, ya que nunca antes habíamos vivido una situación parecida, que además nos ha obligado a cambiar nuestras rutinas más habituales”. Con estas palabras comienza la entrevista Juan Luis Durich, quien reconoce que la pandemia está siendo “una prueba de fuego para todos nosotros, como sociedad, y nuestra cooperativa no solo no es ajena al problema, sino que forma parte de la solución”.

Preguntado el director general de Consum por cómo se adaptó su compañía al incremento de la demanda generado por el temor inicial de la población y sobre la aclimatación a lo que algunos políticos definen pomposamente como ‘nueva normalidad’, responde que “Consum ha sabido estar a la altura de las circunstancias, desde el primer momento, gracias a una cadena perfectamente engrasada, lo que ha permitido que, superados los primeros días de máxima tensión, la situación ha ido estabilizándose y, en la actualidad, podemos decir que los suministros llegan con normalidad a los supermercados, sin producirse ya apenas roturas de stock”.

Para garantizar el aprovisionamiento de las tiendas, a mediados de marzo, los proveedores de Consum tuvieron que soportar, en ocasiones, incrementos de demanda superiores al 200% respecto de lo que es habitual. “Los primeros días fueron duros, pero en la actualidad podemos decir que todo está fluyendo con bastante normalidad”, prosigue Durich, recordando que para evitar comportamientos compulsivos y garantizar que todos los clientes pudieran comprar, inicialmente se limitó la compra a seis unidades por referencia para cada cliente.

Pero si de algo se siente orgulloso el directivo es del “increíble esfuerzo que han realizado nuestros trabajadores por seguir prestando un servicio esencial,



quienes han humanizado un acto de compra que se ha vuelto receloso”. Afirma que todas las personas de la cooperativa han dado lo mejor de sí mismos en momentos de mucha tensión y “a pesar de la incertidumbre y la preocupación, han estado al pie del cañón desde el primer día, para subir la persiana con una profesionalidad absolutamente loable”. Y además de dotarles con todas las medidas de protección posibles (geles hidroalcohólicos, guantes, mascarillas, gafas, teléfono de apoyo psicológico...), Consum decidió gratificar a su personal de tienda y almacén con una bonificación que ascendió en marzo a 3,8 millones de euros. Por otra parte, y siguiendo con las cantidades, el directivo también resalta que Consum ha donado alimentos por valor de 2,7 millones de euros desde que comenzó el confinamiento a diferentes entidades sociales, oenegés y comedores sociales, con la finalidad de paliar los efectos de la crisis generada por el Covid-19.

La secuela más grave

Tras subrayar que “nuestro sector está realizando un gran esfuerzo para ayudar en esta crisis”, Durich vislumbra el futuro más inmediato impactado por “la secuela

LAS CUATRO CLAVES

CONSUM

■ PRINCIPAL APRENDIZAJE DE LA CRISIS SANITARIA

“Es una prueba de fuego que nos ha obligado a cambiar nuestras rutinas”

■ IMPORTANCIA DE LAS PERSONAS

“Han humanizado un acto de compra que se ha vuelto receloso”

■ PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO INMEDIATO

“Tenemos un ejercicio incierto por delante, por lo que es necesario ser prudentes”

■ CÓMO SERÁ EL CONSUMIDOR POS-COVID

“Se replanteará ciertos axiomas que ya había adoptado como ciertos”

más grave” que dejará el coronavirus, que es la crisis económica: “El panorama no es nada halagüeño, pero, desde luego, habrá que arrimar el hombro para sacar esto adelante, entre todos”. Y si las personas han tenido una importancia capital durante la crisis ocasionada por la pandemia, también la volverán a tener en los próximos meses, ya que “son las que mueven la economía, las que con su trabajo y motivación van a levantar de nuevo el país”, pronostica el director general, lamentando que “tenemos un ejercicio incierto por delante, lo que nos lleva a mantener una actitud prudente, ya que las previsiones que nos marcamos hace solo dos meses van a tener que cambiar y adaptarse a una nueva realidad”.

Consum se está adaptando a los nuevos hábitos de consumo de la población, centrados en la higiene, la seguridad, la salud, la sostenibilidad, la

proximidad y el *cocooning*, que ya existían antes de la irrupción del Covid-19, pero que la crisis sanitaria ha potenciado. “Nos estamos preparando para el día después de la pandemia, siendo conscientes de que el consumidor, impactado por la crisis, volverá a una cesta de la compra mucho más económica y racional, en la que tenga mayor peso la marca blanca y los productos más básicos frente a artículos de tipo *gourmet*”, prevé Juan Luis Durich, que también atisba cambios, al menos durante los próximos meses, en los usos sociales que afectan al acto de la compra, que “será más rápido y menos experiencial, porque el consumidor dedicará menos tiempo a saludar y a conversar con quienes se encuentre en la tienda por temor a un posible contagio”. Únicamente ese juez insondable que es el tiempo y la recuperación de las condiciones sanitarias determinarán, en un futuro próximo, si se relajan los usos y costumbres actuales en las tiendas.

Comercio online y plástico

El directivo también determina que la crisis del coronavirus ha sido una prueba de fuego para el *e-commerce*, acelerando los procesos de digitalización en las empresas. “El uso de la tecnología, que se ha disparado desde la declaración del estado de alarma, ha venido para quedarse, por lo que nuestra intención es seguir potenciando este canal de venta, ampliando el servicio a más poblaciones, hasta cubrir todo el territorio donde Consum está presente”.

Finalmente, Juan Luis Durich también reflexiona sobre “ciertas tendencias sociales de actualidad” que pueden ser impactadas por el coronavirus, refiriéndose, verbigracia, al tratamiento del plástico, que “ha sido tan demonizado y que ahora se ha convertido en un elemento muy relevante de seguridad”, tanto para prevenir contagios, con guantes u otros equipos de protección, como para garantizar la correcta conservación de los alimentos. Y termina el directivo haciendo otra mención al dios Cronos: “El tiempo dirá si se producen o no esos cambios de percepción, pero lo cierto es que, en general, la sociedad se replanteará ciertos axiomas que ya había adoptado como ciertos”.



Durich agradece a todos los empleados de Consum que hayan estado “al pie del cañón desde el primer día con una profesionalidad absolutamente loable”.