### **IGNACIO ELOLA**

**CEO DE LACTALIS IBERIA** 

# "No debemos perder el norte de la máxima calidad"

"A pesar de las dificultades, hemos sido capaces de innovar, pensar y ejecutar más rápido, demostrando resiliencia y flexibilidad", reconoce el máximo directivo de la filial ibérica de la multinacional enraizada en Laval (Francia). Asimismo, Elola también lamenta el permanente estado de "incertidumbre" que se padece desde la irrupción del covid-19 y defiende la sostenibilidad económica de toda la cadena láctea.

## Balance de la última década

La industria alimentaria ha sufrido una verdadera revolución en los últimos años, especialmente en tres ámbitos: nutricional, medioambiental y tecnológico. En primer término, la evidencia científica de la última década ha puesto de manifiesto la importancia de una correcta alimentación, en términos nutricionales, para la salud; por ello, en Grupo Lactalis Iberia hemos evolucionado en el rendimiento nutricional, la calidad y la versatilidad de nuestros alimentos. Además, también estamos trabajando fuertemente en el ámbito de la sostenibilidad: queremos, por ejemplo, reducir nuestro impacto medioambiental a través del ecodiseño de nuestros envases y embalajes y la mejora de su reciclabilidad y circularidad. Finalmente, en relación a los avances tecnológicos, estamos incorporando la digitalización y la transformación de muchos procesos de trabajo para incrementar su eficiencia, lo que es clave, por ejemplo, en términos de salud y seguridad laboral y de seguridad alimentaria.

## **Desafíos futuros**

Desde el comienzo de la pandemia vivimos en un estado de incertidumbre, primero porque el covid-19 nos recordó que la supuesta seguridad que atesorábamos era más frágil de lo que pensábamos v. en segundo término, porque. cuando pensábamos que va habíamos pasado el peor contexto, la realidad de los años sucesivos está siendo compleja, incierta en lo económico y marcada por una galopante e inédita subida de costes de materias primas, energía y materiales que está dificultando mucho el comportamiento de casi todos los sectores económicos. Actualmente, con una inflación desbocada y una guerra en Europa, el primer reto pasa por la sostenibilidad económica de toda la cadena láctea, a la par que por seguir avanzando en sostenibilidad medioambiental y en la concienciación de las personas consumidoras hacia el valor nutricional de los alimentos lácteos, indispensables para una dieta equilibrada.

### Claves de la gestión

No perder el norte de la calidad y la adaptación al cambio. A pesar de estas dificultades, en Grupo Lactalis nunca hemos dejado de trabajar y de esforzarnos por cumplir con nuestros objetivos de negocio, elaborando alimentos lácteos de la máxima calidad, así como por mantener nuestro compromiso con nuestros colaboradores, proveedores, ganaderías, clientes y personas consumidoras. Como compañía, en los dos últimos años hemos demostrado resiliencia y hemos aprendido a ser más flexibles, mejorando nuestra capacidad de adaptación. A pesar de las dificultades, hemos sido capaces de innovar, pensar y ejecutar más rápido. Y me siento muy orgulloso de ello, así como también del compromiso demostrado por todos nuestros colaboradores, sin los cuales esto no hubiese sido posible.

#### Relevancia del factor humano

Pese a apostar, como sector, por la digitalización, creo que el factor humano sigue siendo primordial, porque hay una parte de la inteligencia emocional, de la intuición, de la observación, de la toma de decisiones, que escapa a los algoritmos. El apoyo de la tecnología y la digitalización es imprescindible para aumentar en eficiencia y en seguridad, pero algunas competencias del factor humano no pueden sustituirse.

#### **Conceptos esenciales**

Si tuviera que elegir un término para el futuro, probablemente sería el de innovación, como aglutinador, en cierto modo, del resto. En Grupo Lactalis destinamos importantes recursos económicos y humanos a la innovación, lanzando constantemente al mercado nuevos y distintos productos para adaptarnos a los gustos y necesidades de las personas consumidoras. Trabajamos, además, en la mejora nutricional de los que ya están incorporados

a nuestro portfolio y en los retos constantes a los que la sostenibilidad medioambiental nos desafía.