

TOMÁS PASCUAL
PRESIDENTE DE PASCUAL

“Empieza a ser más difícil encontrar talento que capital”

Es necesario afrontar la actual situación de crisis con realismo, pero a la vez generando tranquilidad y confianza. “La industria debe seguir siendo resiliente y firme en el compromiso con la sociedad”, resalta el directivo de la empresa arandina, quien también reflexiona sobre los movimientos sociales que están impactando en las empresas: “Debemos transformarnos, tener visión de futuro y ser atractivos para los jóvenes”.

Balance de la última década

Destacaría, por ejemplo, la transformación de la relación de las marcas con el consumidor desde muchos puntos de vista. Especialmente en el diálogo, ahora mucho más directo desde la llegada de las redes sociales. Fruto de esta interlocución, se generan nuevas expectativas respecto a las marcas, el consumidor quiere saber más y exige transparencia, a pesar de que el precio siga siendo un factor importante en momentos de crisis. Creo que ambas son tendencias que conviven y en los últimos diez años si alguna ha evolucionado ha sido la responsabilidad social que se demanda en gran consumo. También la digitalización ha registrado un salto exponencial y ha supuesto, por ejemplo, que los fabricantes exploremos nuevas formas de llegar, sin intermediarios, al consumidor.

Desafíos futuros

La innovación ha de ser la palanca tractora y transversal para el desarrollo de nuestra industria, aunque para ello debe apoyarse desde todos los actores de la cadena. Una innovación muy vinculada a la sostenibilidad ambiental y en la que tenemos mucho camino por recorrer en campos como la economía circular, el *packaging* o la reducción de la huella de carbono. También seguiremos contemplando el desarrollo de la inteligencia artificial, del *blockchain*, de la digitalización y automatización, por lo que la ciberseguridad es una de las mayores preocupaciones de las empresas. Por último, también nos preocupa la desinformación y los bulos: más de la mitad de los que circulan por redes están relacionados con alimentación, nutrición y salud. Son una amenaza reputacional, pero también crean alarma social y problemas de salud. De ahí la importancia de información científica y veraz.

Claves de la gestión

Tenemos que ser realistas y afrontar las situaciones de crisis, pero a la vez generar tranquilidad y confianza. Si durante la pandemia fuimos capaces de mantener

el suministro de alimentos y bebidas, si en la huelga de transporte estuvimos a la altura, hoy la industria debe seguir siendo resiliente y firme en el compromiso con la sociedad. Y para ello, la transparencia es un valor fundamental, siendo honestos con nuestros consumidores. A corto plazo debemos adaptarnos, es indudable, pero sin olvidar el foco de crear valor a nuestros grupos de interés, mantener un alto nivel de calidad y seguridad alimentaria... Todo requiere esfuerzo, imaginación, cooperación y también inversión. No es sencillo, pero ya lo hicimos antes y lo volveremos a conseguir.

Relevancia del factor humano

Las transformaciones que vivimos en las empresas vienen precedidas en muchas ocasiones de un cambio social. Asistimos a una corriente que empodera a los ciudadanos y surgen movimientos en distintas direcciones (*Me too*, *Black lives matter*, tendencias animalistas...). Y estos movimientos empiezan a llegar también a las empresas, nos guste o no. Por ello, las compañías tenemos que ofrecer cada vez más y mejor a nuestras personas, transformarnos, tener una visión de futuro, ser atractivos para los jóvenes... Empieza a ser más difícil encontrar talento que capital.

Conceptos esenciales

El futuro que tenemos por delante y que alcanza a toda la cadena de valor alimentaria, del campo a la mesa, solo tiene verdadero sentido si

entre todos somos capaces de valorar como realmente se merecen los alimentos. Esto implica entender que el resultado final que vemos en los lineales es fruto de una cadena compleja, con numerosos eslabones que trabajan interrelacionados y para cuyo equilibrio debemos respetar el valor de sus respectivas aportaciones.

Tanto económica como socialmente, como decía mi padre, calidad a su justo precio.

