

AURELIO DEL PINO / Presidente de ACES

“En 2020 ha quedado demostrado el valor y aportación de cada uno de los eslabones de la cadena alimentaria, desde el productor hasta la tienda”

La llegada de la COVID-19 ha modificado las tendencias de consumo y a pesar de todas las dificultades, el sistema empresarial español de alimentación y gran consumo ha demostrado su dinamismo, eficiencia y competitividad. En opinión de Aurelio del Pino, la cadena alimentaria española ha salido reforzada de esta crisis ya que en 2020 se ha podido demostrar el valor y aportación de cada uno de los eslabones de la cadena alimentaria, desde el productor hasta la tienda. El gran reto ahora es la reactivación de la economía, en la que las cadenas de supermercados pueden ser palanca de crecimiento si así lo consideran la opinión pública y las administraciones.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. Desde ACES, ¿qué lectura realiza de los resultados del ejercicio 2020 de sus asociados?

Aurelio del Pino. En términos económicos 2020 ha sido un año atípico. La llegada de la COVID-19 ha modificado nuestras tendencias de consumo donde, según datos de la consultora Kantar, la cesta de la compra ha crecido un 14%, el gasto de consumo un 12,7%, y la visita a los supermercados ha disminuido en un 2,5%. Asimismo, el cierre de la hostelería ha condicionado el incremento de facturación de productos de alimentación y gran consumo en un 9,4% según Nielsen.

Estos datos confirman el dinámico, eficiente y competitivo sistema empresarial español que ha conseguido mantener óptimos niveles de funcionamiento en muchos sectores y, especialmente, en la cadena de producción y suministro de los productos de alimentación y gran consumo. Desde ACES, solo podemos felicitar y agradecer la capacidad de respuesta de nuestros asociados y de los trabajadores de las tiendas y la cadena de suministro, quienes, además, han sabido adaptarse a los cambios normativos y a las necesidades de los consumidores.

VF. ¿Cuáles son los cambios más destacados que ha generado la pandemia en el ‘modus operandi’ de las cadenas de la gran distribución?

AP. La adaptación a las nuevas demandas y estilos de vida en un contexto incierto como el de la pandemia ha traído consigo multitud de cambios.

El comercio electrónico y asegurar el abastecimiento y la seguridad de clientes y empleados han sido los grandes desafíos a los que hemos tenido que hacer frente estos últimos meses.

En ACES hemos tenido, además, un contacto muy intenso con toda la cadena agroalimentaria para poder garantizar el suministro de alimentos en unas condiciones excepcionalmente complicadas e incorporar a nuestro portfolio a muchos proveedores nuevos, especialmente a aquellos que estaban muy vinculados al canal Horeca.

VF. Desde todos los ámbitos de la sociedad, opina que ha quedado claro ¿la importancia de tener una distribución alimentaria eficiente?



Aurelio del Pino destaca el crecimiento de las frutas y hortalizas en 2020. / ACES

AP. Hemos salido reforzados de esta crisis. La pandemia de la COVID-19 ha dejado claro el papel y la importancia de nuestro trabajo en el día a día de las personas. Los supermercados, y las personas que trabajan en ellos así como en plantas de logística y otras áreas, han respondido en un escenario muy complicado y los vecinos y clientes de nuestras tiendas nos han demostrado su agradecimiento y confianza. Este reconocimiento va más allá del supermercado, en 2020 se ha podido demostrar el valor y aportación de cada uno de los eslabones de la cadena alimentaria, desde el productor hasta la tienda.

VF. ¿Qué podemos decir del papel que han jugado las frutas y hortalizas en el volumen de negocio de los asociados de ACES?

AP. La COVID-19 ha puesto en relieve la importancia de un estilo de vida saludable. Una

tendencia que, junto al regreso a las cocinas, ha puesto en valor la producción agroalimentaria, y abierto nuevas posibilidades y hábitos al consumidor en los que frutas y hortalizas cobran un papel relevante. Nuestros asociados observan a nuestros clientes y sus necesidades para ofrecerles ofertas y servicios que les sigan conquistando. Por ello, desde los últimos cinco años han aumentado la superficie que dedican a los alimentos frescos casi un 20%. En el 2020 respecto al año anterior, el crecimiento de los productos frescos, especialmente frutas (28%) y verduras (25,2%) ha sido espectacular, ya que la población los ha asociado a unos hábitos saludables, que han estado presentes en las prioridades de los consumidores durante la pandemia.

VF. ¿Se confirma la preferencia por parte del consumidor por el producto local-nacional?

“El principal reto al que nos enfrentamos hoy es el de la reactivación de la economía, y esperamos que tanto la opinión pública como las administraciones nos vean como un aliado y una palanca de crecimiento”

¿Cómo afecta esto a la planificación de aprovisionamiento de sus asociados?

AP. Esta crisis sanitaria ha impulsado de manera definitiva una tendencia en aumento desde hace varios años, la demanda de los consumidores de producto local y de proximidad.

En este contexto es muy importante desarrollar marcos de colaboración que fomenten las relaciones con los proveedores más cercanos para poder ofrecer a los consumidores una gran variedad y calidad de estos productos adaptados a los gustos y tradiciones locales, y esto implica una colaboración más cercana con productores o pymes alimentarias locales capaces de comprender al consumidor y suministrar las cantidades y calidades demandadas por las cadenas de supermercados y grandes superficies.

VF. Un año después de la irrupción de la COVID-19, ¿cuáles son ahora mismo los problemas a los que deben hacer frente las enseñanzas de la gran distribución?

AP. Desde la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados, somos conscientes de que queda mucho camino por recorrer y el principal reto al que nos enfrentamos hoy en día es el de la reactivación de la economía, y esperamos que tanto la opinión pública como las administraciones nos vean como un aliado y una palanca de crecimiento.

VF. ¿Cuáles son los planes que están preparando con la vista puesta en el papel que el sector debe desempeñar en los próximos meses para incentivar una recuperación de la economía?

AP. La respuesta que las cadenas de supermercados dan a la recuperación económica está condicionada a la capacidad de respuesta a las nuevas demandas de los consumidores,

y para ello lo más importante es el diálogo con el resto de eslabones de la cadena alimentaria para mejorar nuestro sistema agroalimentario.

Entendemos que el sector de la alimentación y la gran distribución sigue necesitando la eliminación de trabas y restricciones en horarios comerciales, así como la apertura de nuevos centros.

VF. Hablando precisamente de la recuperación económica, ¿la respuesta que a ella dan las cadenas de supermercados son fuertes campañas de ofertas? ¿Cómo repercute esta ‘guerra de precios’ por parte de las cadenas de supermercados en el resto de eslabones de la cadena agroalimentaria?

AP. Cada enseña y compañía desarrolla su propia estrategia de negocio, y por tanto también su política de precios de manera individual y negociando directamente con sus proveedores. En este punto es importante recordar que el precio final de los productos en tienda se conforma por la intervención de cada uno de los eslabones de la cadena, dentro de un sector como es el de la alimentación extremadamente competitivo y con muchísima oferta.

La normativa, desde este punto de vista, es muy clara y nosotros somos el eslabón final de una cadena muy compleja en la que intervienen muchos agentes dentro del proceso de comercialización.

Desde hace muchos años nuestras empresas optan por tener relaciones estables y lo que hace falta es extender estas prácticas de contractualización a todos los eslabones.

VF. ¿Cuáles serán las claves para un ejercicio con buenos resultados en opinión del presidente de ACES?

AP. La recuperación solo será posible si viene del impulso de las empresas. Si queremos que sea rápida y sólida las administraciones tendrán que actuar con responsabilidad, generosidad, seguridad jurídica y contar con el consenso empresarial. Para ello, es preciso reforzar las instituciones y mejorar su coordinación y mecanismos de cooperación. Necesitamos profundas reformas estructurales en el mercado laboral y en las políticas sectoriales que eliminen las barreras y promuevan la actividad económica y la generación de empleo.