

# Ignacio González

CEO

GRUPO NUEVA PESCANOVA

“**Hemos sido capaces, por primera vez en la industria alimentaria, de trabajar juntos**”

■ POR J. C. LOZANO

A mediados del pasado mes de abril se comunicó que Grupo Nueva Pescanova renovaba su Consejo de Administración, que pasa de doce a cinco miembros, siendo José María Benavent el nuevo presidente ejecutivo de la entidad. “Los cambios que se están introduciendo en la organización nos permitirán ser más ágiles en la toma de decisiones, afianzar las mejores prácticas de gobernanza y favorecer la definición de una nueva cultura corporativa aprovechando al máximo nuestras capacidades”, afirma el consejero delegado de la empresa, Ignacio González, que ocupa el cargo desde febrero de 2016.

Abanca, que es el principal accionista de la sociedad (con el 80,46% de participación), otorga a Nueva Pescanova “una gran oportunidad, ya que reforzará nuestra estructura financiera y nuestros principales ámbitos de actividad corporativa y comercial, permitiéndonos desarrollar un proyecto sólido que refuerce nuestra competitividad, nuestra apuesta por la innovación y la sostenibilidad”, prosigue el directivo, quien se congratula porque la entidad financiera “apuesta por mantener nuestras operaciones y centros de decisión en Galicia, fomentando el empleo y el crecimiento local”.

El cambio ejecutado en el Consejo de Administración de Grupo Nueva Pescanova coincidió con el periodo de mayor impacto mundial del Covid-19, pandemia que “ha supuesto un reto para nuestra empresa, ya que nunca nos habíamos enfrentado a una situación en la que nos tuviésemos que adaptar cambiando nuestras prioridades y estrategias tan rápido”, reconoce el directivo, si bien enfatiza que esta situación “nos está convirtiendo en una empresa más fuerte, con una nueva filosofía y que está aprendiendo a ser más eficiente, ayudándonos a sentar las bases de lo que será el Grupo Nueva Pescanova en los próximos años: una empresa más sólida, que se anticipa, que rompe esquemas y, sobre todo, que se preocupa por la sociedad”.



## LAS CUATRO CLAVES

### NUEVA PESCANOVA

■ PRINCIPAL APRENDIZAJE DE LA CRISIS SANITARIA

*“Nos ha hecho reflexionar sobre cuál es el papel de las empresas en la sociedad”*

■ IMPORTANCIA DE LAS PERSONAS

*“Todos han estado admirablemente al pie del cañón y entendiendo muy bien su rol”*

■ PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO INMEDIATO

*“Seremos una empresa más sólida, que rompe esquemas y preocupada por la sociedad”*

■ CÓMO SERÁ EL CONSUMIDOR POS-COVID

*“Tendrá menos renta, más tiempo para cocinar y se preocupará por la salud”*

Tras subrayar que el objetivo fundamental de la compañía durante estos últimos meses ha sido garantizar la seguridad de todos sus empleados, Ignacio González aprovecha para felicitar a toda la plantilla de la compañía, ya que “todos, absolutamente todos, han estado admirablemente al pie del cañón y entendiendo muy bien su rol, trabajando en primera línea en la flota, alimentando a los animales que no entienden de cuarentenas en acuicultura o acudiendo a diario a las fábricas”. Los 10.000 trabajadores que Grupo Nueva Pescanova tiene en 19 países han sido “nuestra principal fortaleza” en esta crisis. Y junto a la fortaleza de las personas también se yergue la fuerza de la marca, “una de las más queridas y respetadas en España, como bien demuestra el hecho de que, durante 2019, hemos sido el fabricante de gran consumo que más ha aumentado su venta en la distribución, con un incremento del 11,9% de las ventas en valor”, cuantifica el CEO de la multinacional pontevedresa.

## La importancia del ‘Big Six’

Preguntado por el impacto que ha tenido la actividad comercial de Nueva Pescanova en su *core*, en el denominado ‘Big Six’ -que agrupa a los seis países más importantes para la empresa (España, Portugal, Francia, Italia, Grecia y Estados Unidos)-, González destaca que tanto el sector de la alimentación como el de la pesca fueron declarados “sensibles”, al tiempo que “aunque hemos sufrido la parada del canal *food service*, nuestro peso en Horeca es quizás menor que el del resto de empresas del sector, por lo que afortunadamente nuestra compañía no se ha visto tan drásticamente afectada”.

Asimismo, el dirigente madrileño también recalca que esta crisis sanitaria ha aflorado el lado “más humano” de las empresas, materializado en donaciones realizadas a los colectivos más vulnerables (Nueva Pescanova, por ejemplo, ha entregado alimentos y EPIs a hospitales, oenegés y residencias de ancianos de España, Namibia, Ecuador y Argentina). “Esta crisis nos ha hecho vivir momentos muy especiales, muy humanos, que nos hacen reflexionar sobre cuál es el papel de las empresas en la sociedad y, al mismo tiempo, también ha permitido

que, por primera vez, en la industria alimentaria todos los actores hayamos sido capaces de trabajar juntos, apreciando que los unos sin los otros no podemos vivir”, reflexiona Ignacio González.

## Ánimo y transparencia

Y, ahora, en plena fase de desescalada, sin saber todavía qué tenemos por delante, ¿qué recomendación realiza el CEO de Nueva Pescanova? “Mantener el ánimo de la plantilla, la motivación y que se sienta protegida ante el miedo al contagio y la incertidumbre de no saber dónde está la salida del túnel es fundamental en esta delicada coyuntura, en la que es necesario fomentar la transparencia”. Además, también sugiere que las empresas se sigan adaptando a un consumidor cuyas prioridades han cambiado durante los últimos meses y que, en el futuro inmediato, “tendrá probablemente menos renta, más tiempo para cocinar, que ha descubierto el formato de compra *online* y que sigue preocupado por la salud”.

Es complicado descubrir los entresijos de la alquimia, pero Ignacio González se atreve a ofrecer su pócima para el éxito, basada en “trabajar de manera ágil para responder a las nuevas necesidades del consumidor, desarrollando formatos más flexibles, promoviendo la innovación y la alimentación saludable”. Y avanza que Nueva Pescanova quiere convertirse en un “proveedor de soluciones”, lo que supondrá que la compañía refuerce su apuesta por los productos de conveniencia fáciles de preparar, como ocurre con la nueva gama ‘Pescanova y Listo’, que continuará desarrollándose durante este año.

Y respecto a la importancia que han adquirido en alimentación conceptos como higiene, seguridad y proximidad, convertidos en “prioritarios”, Ignacio González enfatiza que “antes de las crisis ya actuábamos con una excelente política de seguridad alimentaria, lo que implica que nuestros clientes relacionasen la marca Pescanova con calidad; a partir de ahora, más que nunca, vamos a reforzar este enfoque, más aun siendo de las pocas empresas del sector que estamos presentes en toda la cadena de valor, controlando toda la trazabilidad del proceso, lo que nos otorga garantía de calidad”.



Nueva Pescanova ha sido en 2019 el fabricante de gran consumo que más ha aumentado su venta en la distribución, con un incremento del 11,9% en valor.