

MERCADOS EXTERIORES

Un Brexit con acuerdo para recuperarse de las incertezas

El Institut Agrícola estima que las exportaciones agroalimentarias recuperarán impulso || Desde el sector cárnico a la fruta catalana



Imagen de movilizaciones de defensores y detractores del Brexit ante el Parlamento británico.

LLEIDA | El próximo 31 de enero es una fecha que tienen marcada en el calendario no solo los británicos, sino muchas empresas de Lleida, en especial las agroalimentarias, porque se certifica el Brexit. El divorcio de la Unión Europea con acuerdo permitirá a los sectores exportadores recuperarse de la incertidumbre de los años anteriores, según las estimaciones del Institut Agrícola Català de Sant Isidre. Basa su estudio en el hecho de que las incertezas habían repercutido de forma negativa sobre los productos españoles, con una merma de las exportaciones, un empeoramiento de las condiciones de las mismas en precios y tiempos de cobro. Ahora que las condiciones del divorcio Reino Unido-Unión Europea apuntan a una separación con acuerdo, el Institut asegura que la mejora se ha trasladado en los primeros nueve meses de 2019, al tiempo que una proyección para este 2020 permite augurar, en su opinión, la mejora del sector en general.

Un Brexit con acuerdo, apunta, mejorará las exportaciones españolas de productos cárnicos (16,96%), lácteos y huevos (17,43%), así como aceites (23,49%), todos ellos de gran importancia para el campo de Lleida. Al mismo tiempo, estima que otros sectores experimentarán ciertos descensos como las bebidas (-7,19%) o las frutas (-2,07%), aunque con mejores datos para Catalunya.

En el caso concreto del sector agroalimentario catalán, el estudio considera que consolidará

31 DE ENERO

El Brexit será una realidad el 31 de enero, cuando comienza un período transitorio de adaptación

este año su fortaleza en el mercado británico de forma especial en el caso del sector cárnico y de preparados alimenticios. Entre enero y septiembre del pasado año, vendieron a los consumidores británicos productos por valor de 123 y 66,7 millones de euros, respectivamente. Además, en los últimos ejercicios han experimentado crecimientos a tasas de entre un 11 y un 14%. En especial remarca los casos del vacuno y el porcino

como puntos fuertes. Pero el Institut Agrícola recuerda también la existencia de algunos riesgos. En concreto cita eventuales medidas de restricción al comercio, en especial si se cambia la normativa de carácter ambiental, fitosanitaria o de salud animal, que en la práctica se comporta como una verdadera barrera, aunque no tenga carácter arancelario.

Las previsiones de un Brexit con acuerdo hacen augurar al Institut Agrícola un repunte de las exportaciones hortofrutícolas catalanas de un 4%, mientras que en productos cárnicos se estima en un 5,23%, en preparados alimenticios llega a un 8,35%. En general, la evolución para alimentación, bebidas y tabaco apuntan a un 4,53%.

EL DETALLE

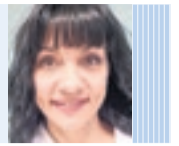
Un socio preferencial que supone nuevos retos para las empresas

El estudio del Institut Agrícola Català de Sant Isidre afirma que el Brexit supone retos, teniendo en cuenta que el mercado británico representa el 8% de las exportaciones y el 6% de las importaciones agroalimentarias. El británico tiene un alto grado de dependencia de los productos españoles. En este sentido, cita la necesidad de redefinir la apuesta de las empresas hacia Reino

Unido, así como adoptar medidas para estimular la fortaleza del comercio agroalimentario entre España y los británicos, en especial en el caso de las frutas, las hortalizas y el aceite. También destaca que Londres era un aportador neto al presupuesto comunitario, por lo que el Brexit afecta a los fondos para la Política Agraria Común, con un cierto riesgo de renacionalización de ayudas.

LIDERAZGO

OLGA SERRA*



Para continuar, pulse 1

La palabra *deshumanización* hace referencia al proceso mediante el cual una persona o grupo de personas pierden los rasgos y las particularidades humanas, un fenómeno que afecta a la sociedad y que probablemente es consecuencia de diferentes factores: entornos exigentes, competitivos e individualistas, escasa educación en valores, y la invasión tecnológica que, aunque brinda grandes beneficios, en contrapartida genera aislamiento social. Por otro lado, no deja de producir cierto recelo la situación anteriormente realizadas por personas ¿Qué nos quedará a los humanos? ¿Cuál será nuestro valor? Probablemente hacernos necesarios por ofrecer algo que las máquinas no ofrecen todavía: la interacción que nos genera emoción. Seguramente usted se ha sorprendido en alguna ocasión, al otro lado de un teléfono, gritando en soledad y fuera de sí un: “quiero hablar con alguien humano”, fruto de haber experimentado una procesión parecida a una travesía por el desierto, con una retahíla de voces y opciones que, como si del juego de la oca se tratara, le devuelve a la casilla de salida. ¿Cuántas veces le hubiera gustado estar ante una persona que le atendiera mostrando amabilidad y empatía ante su situación? La esperanza está en pensar que en algún momento se producirá un efecto péndulo y se generará el perfecto equilibrio entre progreso y humanización, avanzar sí, pero recuperando aquello que nos conecta: una mirada, un gesto, una sonrisa... Aun siendo una apasionada y defensora absoluta del desarrollo, los avances y las nuevas tecnologías, un mundo donde se conjuguen ambas cosas debería ser posible. “Las personas deben usar a las máquinas, y no al revés”, frase de Taiichi Ohno, aun-

que ya existen maquinarias que funcionan sin prácticamente el control y la intervención de un ser humano. La inteligencia artificial se aplica de forma muy beneficiosa a diferentes áreas: medicina, ingeniería, enseñanza, finanzas, diseño... Entre otras muchas cosas, ayuda a conocer a fondo las necesidades y los gustos de los clientes, y en consecuencia contribuye a mejorar los servicios. Vivimos rodeados de robots que se parecen cada día más a personas, y personas que cada día se parecen más a robots. Pasividad, frialdad, insensibilidad... atención sin ningún tipo de pálpito. La deshumanización es aplicable a personas físicas y a entidades, es decir, existen organizaciones altamente inhumanas que, aunque se jactan de tener valores, y los tienen perfectamente redactados, son empresas sin alma. Hace escasos días leí que un alto porcentaje de personas abandonan sus empresas no por el sueldo, sino buscando organizaciones más humanas. Probablemente existirán personas satisfechas o muy satisfechas con la empresa en la que trabajan, pero también es más que probable que exista otro porcentaje a quien le gustaría abandonar y, por desgracia, no les es posible hacerlo con facilidad. Habrán oído en más de una ocasión la frase ya popular “sólo somos números”, bien, pues seguramente procede de la percepción de deshumanización que siente el equipo. Vemos que queda mucho por hacer y por mejorar.

Lo cierto es que las máquinas no tienen por qué competir con el ser humano, si este es capaz de hacerse no sólo necesario sino insustituible. De ahí el éxito de los servicios personalizados, en los que se recupera la interacción, la comunicación, la escucha activa, la empatía... Seguramente una máquina es capaz de captar nuestras emociones, pero no de ofrecérselas.

(*) OLGA SERRA ES EXPERTA EN GESTIÓN DE CALIDAD, HERRAMIENTAS PARA ANÁLISIS, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y TRABAJO EN EQUIPO. CONSULTORA Y PROFESORA DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

CFC - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO "Formación para directivos líderes"

www.ingenioschool.com

INGENIO
LEADERSHIP SCHOOL