

La indústria s'adapta i aprèn de la Covid-19

El sector industrial d'Osona ha estat un dels afectats per l'impacte de la Covid-19.

Cada empresa, en funció del seu sector i situació, ho ha viscut diferent. Però totes coincideixen a dir que la pandèmia ha reforçat la seva capacitat de reacció i que de la situació viscuda han extret aprenentatges que integraran als seus processos.

Des de Lluquets Vegetals, Marta Parramon (responsable de Recursos Humans, Prevenció de Riscos i Medi Ambient) i Anna Rovira (responsable de Màrqueting) asseguren que han millorat en "l'agilitat de resposta per poder-nos reorganitzar a cada nou canvi que ens arribava". Constaten que "el compromís i la professionalitat de tot l'equip va ser clau per poder tirar endavant i ens han reforçat com a organització".

Hi coincideix Marta Calvo, de l'àrea de People & Organization de JCM Technologies, que afirma que "vam practicar un ERTA del 50% de la jornada a tots per igual. En només una tarda i virtualment es va signar tota la documentació".

Igualment, tant Cristina Brugalla, responsable del Departament IT i Innovació de Grup Gepork, com Carles Cuyàs, gerent de Fredvic, destaquen l'alta capacitat d'implicació i adaptació per part de l'equip a la nova situació.

D'altra banda, la major part de canvis en els sistemes de treball, la logística i la relació amb clients i proveïdors, així com les mesures de seguretat que s'han adoptat, han vingut per quedar-se.

Des de Lluquets Vegetals expliquen que "mantindrem totes les mesures preses tant pel que fa a seguretat com a higiene arran de la pandèmia. Tot i la nova normalitat, en cap cas ens hem de relaxar i hem d'oferir un entorn de treball al màxim de segur per a totes les persones. També estem valorant quines de les noves formes de treball que hem aplicat mantindrem tant per al nostre equip com en les relacions amb clients i proveïdors".

Marta Calvo assegura que el canvi al sistema de reunions telemàtic "ens ha fet adonar que en algunes ocasions no calen reunions, sinó només una trucada. En molts casos, el contacte amb els clients és més ràpid i directe, tant per la popularització de les noves eines de comunicació digitals com per la seva disponibilitat, a banda de l'estalvi de temps perquè no ens hem de desplaçar".

Per la seva banda, Cuyàs comenta que "més enllà de valorar quines mesures de teletreball es mantenen, també estem analitzant millores en sistemes informàtics que facilitin una oficina sense llocs de treball fixos. El



Marta Calvo, JCM Technologies



Carles Cuyàs, Fredvic



Cristina Brugalla, Grup Gepork



Marta Parramon i Anna Rovira, Lluquets Vegetals

temps dirà si seran permanents o les haurem d'anar adaptant a les noves realitats".

• Aprofitar les noves oportunitats

La pandèmia ha generat en alguns casos noves oportunitats de negoci. A Grup Gepork, Brugalla destaca que "hem desenvolupat un nou servei de *drop-shipping* per tal que els nostres clients puguin fer enviaments directes a client final, sense necessitat de passar pel centre. A més, quant a bioseguretat, els sistemes de desinfecció que s'ofereixen des de l'empresa s'han elevat exponencialment".

Des de Lluquets Vegetals assenyalen que "amb la Covid-19 molts consumidors es preocupen més per la seva salut i incorporen productes a la seva dieta com les nostres begudes Yosoy. Un altre gran canvi que s'ha accelerat és la digitalització del consumidor i l'increment de la compra en línia. Finalment, també cal destacar el nombre creixent de consumidors que vol fer una compra més conscient i que reclama productes de major proximitat amb empreses compromeses amb el seu entorn".

Des de Fredvic, Cuyàs destaca que en el seu cas "la Covid ha posat en valor la qualitat de l'aire dels espais. Aquesta pandèmia implicarà inversions

en els sistemes de ventilació per garantir una reducció del risc de contagi, i no només de Covid, en espais que actualment no tenen regeneració ni tractament d'aire".

Per la seva banda, des de JCM Technologies Marta Calvo assegura que "aquesta crisi ha accelerat els canvis que ja estàvem treballant. L'any anterior havíem construït el *roadmap* que fixava els passos a seguir fins al 2026, que incloïa nous canals com l'elèctric i el digital, nous productes dins l'estratègia de digitalització de negoci: equips connectats, obertura de portes a través de mòbil, així com la venda de serveis. També es parlava de la digitalització de la comunicació. Per posar un exemple: els tres primers mesos vam fer un *webinar*. Amb la Covid, a final de maig ja n'havíem fet 10".

Tots els entrevistats veuen el futur amb optimisme, tot i que sense abaixar la guàrdia i amb els ulls posats al setembre. "Com a teixit empresarial hem d'estar preparats per a totes les circumstàncies, revisant els aprenentatges de la situació que hem viscut", afirmen des de Lluquets Vegetals.

Més informació:
empresa@creaccio.cat
www.creaccio.cat