

# Nuevas formas de comerciar en tiempos de pandemia

La falta de información certera de cómo se transmite el Covid-19, sumado a las exigencias chinas por recibir productos que estén certificados como libres de virus y la necesidad de mostrar a los consumidores procesos seguros e inocuos, ponen a la industria cárnica en un punto de inflexión para revisar sus procesos y lograr una exitosa comercialización.

Por:

Dra. Isara Ramírez, encargada del Departamento de Inspecciones, y Sebastián Victorica, CITP/FIBP, Desarrollo de Negocios Internacionales en UBI Meat Experts in Quality Assurance.

Fotos:

UBI Meat Experts in Quality Assurance



La pandemia a causa del coronavirus (COVID-19) viene generando un gran impacto económico en diversas áreas a nivel global, ya que el mundo no se encontraba preparado para un fenómeno de tal magnitud. A nivel de la industria alimentaria, si bien cuentan con sistemas de gestión para prevenir y detectar diferentes tipos de “peligros” que pueden afectar la inocuidad de los alimentos, existe la necesidad de proporcionar explicaciones claras acerca del virus.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), publicaron **directrices sobre COVID-19 e inocuidad de los alimentos**

**para las empresas alimentarias.** Esto es clave para estar informados y actualizados sobre los datos referentes al coronavirus, basados en evidencias científicas, que permitan proteger la salud y la seguridad de todas las personas que trabajan en la industria alimentaria, así como garantizar la seguridad de los alimentos.

Luego de que China informara la detección de restos de **Covid-19 en mariscos** y en **empaques de carnes congelada**, se tuvo como consecuencia un aumento en los controles de calidad no sólo durante el proceso de elaboración de los productos de origen animal sino también en los controles de calidad que se llaman de “pre-embarque”.

CONTINÚA >>

Por más que no haya evidencia científica de que el virus se transmita por los alimentos, se han aumentado estos controles de calidad con el objetivo de documentar todos los protocolos y directrices de higiene que los productores y exportadores realizan con mucho esfuerzo.

Algunas de las medidas aplicadas por los productores-exportadores fueron los controles durante la entrada de personal a planta:

- Evitar que ingrese personal con síntomas (fiebre, tos, o dificultad para respirar) o si estuvieron en contacto con alguien que presentaba algunos de esos síntomas.
- Evitar aglomeraciones de personal, en zonas de acceso y vestuarios. Para eso se puede adecuar los horarios armando grupos más reducidos.
- Control de temperatura corporal para todos los empleados de forma diaria, completar el cuestionario del estado de salud por parte del personal propio y externo en el que se hacen preguntas sobre aparición de síntomas, casos de sospechosos de Covid-19, etc.
- Todos los operarios antes de ingresar al área de trabajo deberán utilizar tapabocas (el recomendado es el N95) y desinfectarse las manos con alcohol al 70%, combinado con glicerina o gel para evitar la irritación de la piel.

La tecnología ha avanzado mucho en los últimos años, en especial en esta última década, luego de la aparición de los smartphones y sus diferentes aplicaciones las cuales permiten al consumidor acceder a un nivel de granularidad de la información que era difícil imaginar antes. Hoy en día el consumidor tiene la posibilidad, mediante su dispositivo, de **chequear todo el historial de un corte**, desde dónde viene, los puntos que tocó durante la cadena de suministro (supply chain), así como quién fue el productor o de qué campo vino con simplemente escanear un código QR.

No es que los productores sólo se hayan modernizado o que los clientes estén más ávidos de información, sino que simplemente esta pandemia ayudó a esa **aceleración de la transformación digital** y ayudó a disminuir la brecha entre todos los participantes de la cadena que estén más actualizados con **información en tiempo-real**.

Uno de los sectores más afectados por la pandemia fue el de **HORECA (Hotelería, Restaurantes y Catering)**, sobre todo en el viejo continente, lo cual llevó también a una reorientación del supply chain al igual que de la presentación de los cortes ya yendo a un nivel más **B2C (Business-to-Consumer)** o en español: **Del Negocio Al Consumidor**.

Estamos notando cada vez más una tendencia de los exportadores a estar más atentos con lo que los consumidores demandan: **¡información!** El saber si el productor-exportador está alineado con el medioambiente, produciendo sustentablemente, más natural (por ejemplo sin la utilización de hormonas o antibióticos) y cuál fue todo el historial detrás de ese corte/producto, desde el bienestar animal hasta los distintos controles por los que pasó ese corte, caja, pallet o



contenedor. Al final del día, son todos "bloques" de información dentro de la cadena de suministro, sobre los cuales el cliente/consumidor está demandando saber y validar.

Las nuevas generaciones son las que están adoptando más rápidamente la comercialización vía web y las redes. Y ahí es donde uno puede expresar y mostrar más sobre el historial del corte bajo la simple opción de un click y acceso a toda la data. Ya que en el etiquetado de los cortes/productos la información es más limitada por una razón obvia de espacio. Igualmente, ya se están viendo los cambios en las regulaciones del etiquetado a raíz de todas estas demandas de los consumidores.

Los que sean capaces de **adaptarse más rápidamente** a todos estos cambios en las demandas y en las tecnologías serán los que eventualmente

podrán satisfacer las necesidades de los clientes y tener una **exitosa comercialización**.

Lo que se busca al final del día es **validar y generar esa confianza** que los consumidores están demandando, debido a que lo que ha traído esta pandemia es ¡desconfianza! Ya que a la fecha de escribir esta columna (febrero 2021) la OMS todavía no ha podido asegurar al 100% el origen del virus. Por lo que poder generarles y transmitirles confianza a los consumidores es vital en la comercialización de los cortes. Aquí es donde uno vincula todos los esfuerzos de los productores, exportadores y demás sectores relacionados a la comercialización de carnes, ya que de nada sirven esos esfuerzos si al final del día no se comunican como corresponden. De nada sirve si el frigorífico realiza cientos de cambios, mejoras y precauciones de manera de prevenir el ingreso del virus y disminuir la propagación, si luego el consumidor no está al tanto de los mismos.

Desde **UBI** estamos en el medio de la cadena de suministro y en contacto con los distintos participantes, desde el consumidor final, importador, broker/trader (intermediario) así como el frigorífico o productores-exportadores. Y estamos notando cada vez más una demanda de quienes compran y comercializan las carnes del **pedido de información sobre estos protocolos de seguridad**. Cada vez más nos están pidiendo controles de calidad para China y además que les mostremos en los Reportes fotos de los protocolos y, en lo posible, también videos de las medidas que toman los distintos frigoríficos en lo que refiere a desinfección y cuidados del personal y las cargas.

Quizás en un futuro cercano, todos nosotros los consumidores terminemos viendo y demandando todos estos cambios también en otras industrias. Sin dudas que es un tema largo y del cuál nadie parece tener la receta indicada de cómo tratarlo, lo que sí es seguro es que al final del día el cliente siempre tiene la razón y por eso hay que intentar cumplir con lo que demanda. ■

**Más información:**

<http://ubibeefinspection.com>