

SERVICIO PÚBLICO E INTERMEDIACIÓN EN EL COMERCIO ALIMENTARIO

JOSÉ RAMÓN SEMPERE. PRESIDENTE DE MERCASA



El sistema alimentario español, desde la producción al consumo, ha conocido en las últimas décadas una transformación espectacular, que ha afectado a todas las procesos y fases de la cadena alimentaria.

Un gran cambio que, entre otros factores, se refleja en la modernización de la producción agraria y pesquera, la importancia relativa cada vez mayor de la industria alimentaria sobre la actividad industrial en España, el peso creciente de los intercambios comerciales con el exterior, la consolidación de un nuevo modelo de distribución minorista y, sobre todo, en la presión social de las personas a la hora de consumir, cada vez más exigentes en calidad, variedad, sostenibilidad y seguridad alimentaria.

El modelo que hemos ido conformando entre todos también incluye efectos evidentes sobre los procesos que facilitan un funcionamiento correcto de la cadena comercial de los alimentos, menos visibles ante la ciudadanía, pero absolutamente imprescindibles.

Estamos hablando de logística, cadena de suministro, gestión de stocks, adaptación a diferentes formatos y tamaños de clientes en la distribución o la restauración. En definitiva, de ser eficientes y capaces de dar las respuestas adecuadas a cada necesidad.

Esta realidad afecta a toda la oferta alimentaria, comercializada en fresco o transformada, pero resulta especialmente importante en las grandes familias de alimentos perecederos: frutas y verduras, productos de la pesca y la acuicultura, y carnes de todo tipo.

Es en este tipo de alimentos donde las exigencias de eficiencia son mayores, porque son más vulnerables y tienen una dependencia mayor en la cadena de frío; además de incorporar matices importantes en frescura, presentación y sabor respecto a los alimentos transformados, exigiendo por tanto un trato diferencial en los cada vez más complejos y tecnificados procesos logísticos.

Con toda seguridad, en España no somos más listos ni mejores que en cualquier otro país de nuestro entorno. Pero sí que podemos presumir de un modelo de alimentación en el que las frutas, las verduras y los pescados tienen más presencia. En la explicación a este factor diferencial hay que buscar razones culturales y de tradición gastronómica, además de la tendencia creciente hacia una alimentación saludable.

Pero hay otro factor igualmente relevante: la existencia en España de una oferta de alimentos frescos muy amplia, diversa y ajustada a temporadas, con gran calidad y a precios razonables, que siempre está presente en formatos comerciales igualmente muy variados, desde los mercadillos ambulantes hasta los más innovadores modelos de comercio electrónico.

Y todo ello, con un soporte fundamental, la existencia de la red de Mercas, la mayor red de mercados mayoristas del mundo, que desde hace más de 50 años presta servicio pú-

blico a la intermediación en la cadena comercial, haciendo posible que más de 2.300 empresas mayoristas comercialicen cada año el 65% de todas las frutas y verduras que se consumen en España (dentro y fuera de los hogares), un 50% de los pescados y mariscos, y un 35% de las carnes.

Este servicio de intermediación ha sido y es fundamental para todos los eslabones de la cadena. Hasta tal punto que las grandes empresas de supermercados e hipermercados, que han desarrollado sistemas y plataformas propias de suministro de alimentos frescos, están ahora empezando el camino de vuelta hacia las Mercas, una vez asumidas sus limitaciones para cubrir por sí mismos todas sus necesidades y alcanzar su propio objetivo de ganar cuota de mercado en este segmento de la oferta, que sigue siendo muy inferior al alcanzado en alimentación no perecedera.

Nuestra misión, desde Mercasa y las Mercas, es realizar todos los esfuerzos que sean necesarios para estar, una vez más, a la altura de los tiempos. Debemos ser capaces de atender esta nueva realidad o, más bien, a las muchas realidades que confluyen en nosotros, con una oferta “premium” en servicio, productos, calidad, variedad y eficiencia adecuada a la omnicanalidad de todas las formas de comercio presentes y futuras. ●