



WUWM DECLARATION

Palma de Mallorca, España
23 septiembre 2010

Con esta ocasión de la Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (World Union Wholesale Markets, WUWM) que se celebra en Palma de Mallorca, España bajo el lema: “Una oferta global para todas las demandas”, delegados de 30 países se reúnen hoy para manifestar su acuerdo unánime a lo siguiente:

- **RECONOCIMIENTO** de las tendencias actuales en el sector de los mercados mayoristas y conciencia de los desafíos y oportunidades presentes en la actual coyuntura económica mundial, **reconocemos la necesidad de que la gestión de los mercados mayoristas que esté enfocada operativa y estratégicamente hacia garantizar la excelencia**, la innovación y la profesionalidad abundado en la prestación de servicios y en la dotación de infraestructuras de mercado. Esto, a su vez, asegura que las empresas en los mercados reciban las mejores oportunidades posibles para competir y florecer en una industria alimentaria mundial que está cambiando rápidamente y que cada vez es más exigente.
- **ANALIZANDO** las responsabilidades sociales y comerciales derivadas de una gestión sostenible del medio ambiente, **instamos a los mercados mayoristas a aprovechar las muchas posibilidades y oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías**, especialmente en términos de producción y de eficiencia energética, así como en la gestión de residuos. Además, la constante modernización de la infraestructura de los mercados, tanto mayoristas como minoristas, no solo permite mejorar las condiciones medio ambientales, sino que también propicia que los comerciantes dispongan de plataformas logísticas que faciliten el aumento de los servicios de valor añadido.
- **CONFIRMANDO** el compromiso de mayoristas y minoristas en que las instalaciones de mercado cumplan con los más altos estándares de seguridad alimentaria, la WUWM promete su apoyo para ayudar a sus mercados miembros a implementar la recientemente adoptada **Guía de la Comunidad Europea para las Buenas Prácticas Higiénicas**; por lo que continúa nuestra buena colaboración con **SANCO (Directorate General for Health and Consumer Affairs)**, así como, con otros departamento de la Comisión Europea.
- **REVISANDO** la importante contribución de los mercados a la seguridad alimentaria mundial, es evidente que los **mercados mayoristas ofrecen a los productores un canal alternativo único y vital** hacia la comercialización. Los mercados mayoristas también contribuyen a la mejora de la eficiencia de la cadena de “la granja a la mesa”, aseguran transparencia de precios y apoyan iniciativas de hábitos saludables de consumo. Reafirmando el papel de los mercados como vehículo importante de promoción para aumentar el consumo público de frutas y hortalizas frescas, pedimos apoyo financiero que pueda ayudar al desarrollo las actividades transfronterizas.
- **EL DESARROLLO del vínculo entre los mercados mayoristas y minoristas** es de creciente importancia para asegurar que existan políticas alimentarias locales/nacionales sostenibles y efectivas. La WUWM confirma su compromiso con el desarrollo de esta tarea y ofrece información en este ámbito a los responsables políticos que toman decisiones.

Además, WUWM quiere subrayar algunos puntos que fueron objeto de debate durante la conferencia y que Ignacio Cruz Roche, Presidente de Mercasa, sintetizó durante la Ceremonia de Clausura como sigue:

1. **ECONOMÍAS DE AGLOMERACIÓN Y ECONOMÍAS DE TAMAÑO.** El empresario mayorista que se integra en un Mercado mayorista tiene acceso a las ventajas derivadas de las economías de aglomeración y las economías de escala.

Las economías de aglomeración surgen del mayor potencial de atracción de los clientes que tienen los mayoristas respecto al mayorista independiente fuera del mercado. De esta forma acudirán compradores desde una zona geográfica de influencia más extensa.

Las economías de tamaño son la disminución de los costes operacionales como consecuencia de la mayor escala a que se puede operar en los mercados. Así, se puede mencionar la reducción de los costes de servicios básicos (limpieza, seguridad, suministro energético y otros) y de cumplimiento de normativa sobre gestión medioambiental y de residuos y seguridad alimentaria, entre otras.

2. **ESPECIALIZACIÓN MAYOREO/MINOREO.** Un mercado mayorista debe tener un surtido profundo y especializado, realizar pocas operaciones pero de gran volumen económico cada una de ellas. Por el contrario, en un mercado minorista se ofrece un surtido muy amplio a un grupo de numerosos compradores, pero en pequeñas cantidades. Estas diferencias en marketing y gestión indican que el comercio mayorista y el minorista deben continuar en su especialización.

3. **POLÍTICAS PÚBLICAS.** Es indiscutible que las políticas públicas de apoyo a la distribución comercial tienen un papel muy relevante. Sin embargo, en algunos casos pueden ocasionar distorsiones de mercado.

Cuando los poderes públicos consideran que es necesario invertir para mejorar la cadena de distribución alimentaria, resulta más eficaz proporcionar las infraestructuras básicas de suelo, equipamiento, transporte, etc., de manera que los empresarios, tanto mayoristas como minoristas, operen en las mismas condiciones y con costes equiparables a aquellos otros que están fuera de los mercados mayoristas. De esta manera, se evitan situaciones discriminatorias de la competencia.

Por último, aprovechamos esta oportunidad para agradecer a Mercasa y al Mercado Mayorista de Mercapalma por acoger la Conferencia de la WUWM y expresarles nuestro agradecimiento y felicitaciones por el éxito de la Conferencia.
