

LA FUNCIÓN MAYORISTA EN EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS

■ ANTONIO BRUNA VALERIO

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS MAYORISTAS DE PESCADOS

Los empresarios que trabajamos en la distribución mayorista de pescados y mariscos, frescos y congelados, hemos asistido durante las últimas décadas a un proceso de cambios vertiginoso, cuya profundidad y rapidez nos impide, con demasiada frecuencia, valorarlo en toda su extensión.

Este proceso de cambios se enmarca, como no podía ser de otra forma, en la evolución general de la sociedad española; y, más concretamente, en la transformación progresiva de toda la cadena de distribución alimentaria.

Pero, en nuestro caso, la natural posición intermedia del escalón mayorista –entre la producción en origen y la distribución final que está en contacto directo con el consumidor– nos ha otorgado un protagonismo especial; en cierta forma resistiendo la presión de ambos extremos, el origen y el destino, mientras que de puertas adentro buscábamos nuestro propio papel en el nuevo escenario del comercio.

A LA ALTURA DE LOS TIEMPOS

Pues bien; visto ya con una cierta perspectiva, podemos afirmar con cierto orgullo que las empresas de distribución mayorista han sabido demostrar un dinamismo mayor del que muchos suponían y han sido parte activa en la modernización de las estructuras comerciales en España; dentro de un proceso que no podemos todavía dar por terminado y en el que, hablando en presente, debemos seguir actuando día a día para no perder el tren del futuro, asumiendo siempre nuestra responsabilidad como empresarios.

En gran medida, la capacidad demostrada de los mayoristas de pescados y mariscos para estar a la altura de los tiempos ha sido posible gracias a la modernización paralela de las estructuras en las que desarrollamos nuestra actividad.

Me estoy refiriendo, lógicamente, a las MERCAS, las Unidades Alimentarias que comenzaron a construirse en los años 70, para integrar con instalaciones moder-



nas a los viejos mercados mayoristas de pescados que había en el centro de las ciudades.

En la actualidad, hay 15 MERCAS con Mercados de Pescados –sobre el total de 22 MERCAS que hay en toda España–, dentro de los cuales desarrollan su actividad cerca de 500 empresas mayoristas, que comercializan unas 500.000 toneladas de productos pesqueros cada año: más del 50% de todo el pescado y marisco que se consume en España;

y por encima del 90% en relación al consumo de las áreas de influencia más próximas a cada MERCA.

Estas empresas –a las que hay que añadir las que trabajan dentro de las MERCAS pero fuera del recinto de los Mercados de Pescados– están ahora, en su mayor parte, abordando un nuevo reto de modernización, mejorando las instalaciones de los puestos, reforzando permanentemente las garantías higiénico-sanitarias, asumiendo tareas de troceado, preparación, envasado, etc.; respondiendo a una demanda que, tanto en el escalón de la distribución minorista en todas sus formas como en el consumidor final, cada vez es más exigente con los productos pesqueros.

Todo ello, dentro de una actividad que nos exige, como empresarios mayoristas, adecuar nuestra oferta a diferentes tipos de demanda, a ninguna de las cuales debemos renunciar; porque aunque la distribución minorista sigue estando mayoritariamente en manos de las pescaderías especializadas tradicionales, no podemos dar la espalda a los supermercados, los hipermercados, los establecimientos de descuento, etc.; cuyas necesidades específicas de variedades, preparación y presentación hay que atender puntualmente.

Sin olvidar, por último, la hostelería y restauración; un segmento del consumo alimentario que supone ya una importante cuota del mercado y que constituye, sin duda, uno de los objetivos evidentes a cubrir en los próximos años; siendo capaces de ofrecer, desde las estructuras de las MERCAS, el producto y el servicio que demanda este segmento del consumo. ■