



Información, transparencia y servicio público

MIGUEL SEBASTIÁN

Ministro de Industria, Turismo y Comercio



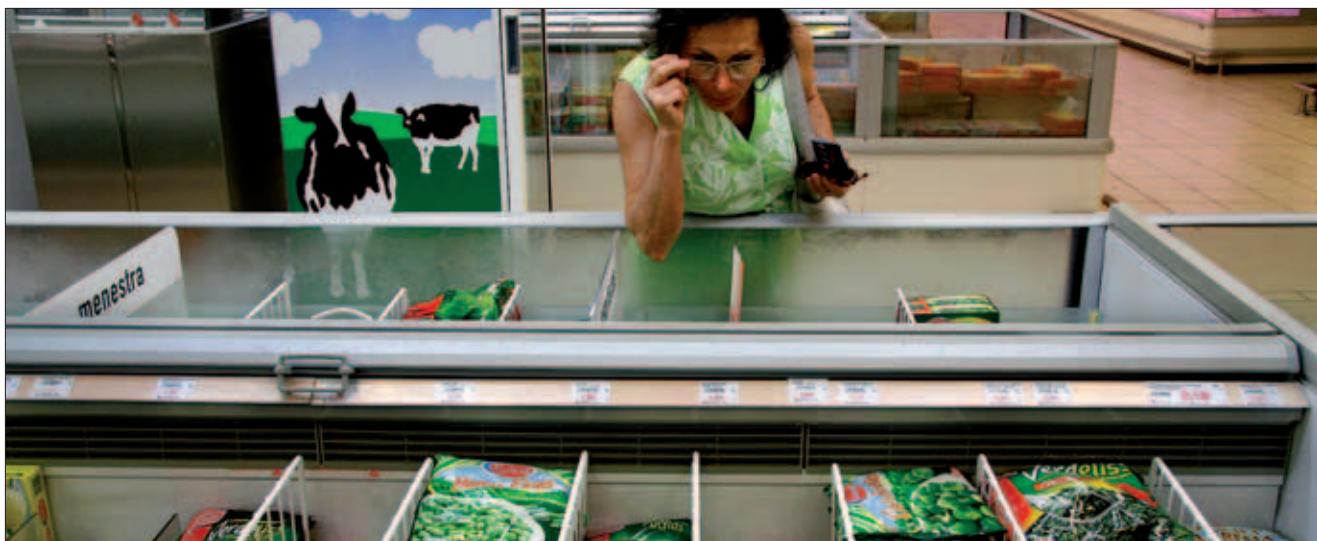
La edición de la revista *Distribución y Consumo*, cuya publicación de su número 100 se celebra en este número especial, responde a una de las preocupaciones básicas de la Empresa Nacional Mercasa, contribuir a mejorar el conocimiento de la compleja realidad económica y comercial que encierran las estructuras de distribución mayorista y servicios logísticos de la Red de Mercas, dada su enorme importancia para el buen funcionamiento de los mercados de alimentación en España. La actuación de Mercasa se produce en el eslabón quizás más estratégico y delicado de la cadena alimentaria y de forma geográficamente muy descentralizada. Sus objetivos estratégicos son: impulsar la modernización de la Red de Mercas; promover la aplicación de la trazabilidad y la seguridad alimentaria; apoyar los procesos de mejora de competitividad y modernización de las estructuras comerciales, y contribuir a la transparencia del mercado y el funcionamiento equilibrado de la cadena alimentaria.

El logro de esta deseada transparencia depende, en gran medida, de la posibilidad que tengan los agentes que operan en el mercado de acceder a información sobre sus variables básicas y sobre las actuaciones del resto de agentes.

Es importante facilitar un conocimiento profundo de la situación y

coyuntura del mercado en tiempo real, de modo que se contribuya de una manera eficaz a la transparencia del mismo, con un conocimiento profundo de las actividades y coste de todos y cada uno de los eslabones de la cadena comercial. Con un sistema de trazabilidad adecuado a cada instante se podrá conocer mejor la evolución de los precios y las cotizaciones. Este conocimiento, junto con los mecanismos para propiciar una adecuada competencia, hace que el mercado funcione de manera eficiente, evitando o disuadiendo prácticas comerciales no adecuadas que se traducen en evoluciones alcistas de los precios por encima de lo que el libre juego de oferta y demanda marcarían.

Con este propósito, Mercasa mantiene un amplio sistema de información a través de distintas publicaciones en diferentes formatos. La presente *Distribución y Consumo* inició su andadura en 1991 y tiene una difusión superior a los 20.000 lectores, principalmente profesionales de la industria, la distribución y los servicios, aunque también se distribuye en los ámbitos institucional y académico. Con carácter bimestral viene ofreciendo un amplio abanico de información cuantitativa y valorativa sobre los grandes sectores del consumo: alimentación, productos de gran consumo, tanto fungibles como duraderos, o comercialización de servicios.



A ella se añaden los informes anuales sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de *Alimentación en España*, que agrupan toda la información estadística y documental disponible y actualizada sobre producción, industria, distribución y consumo de alimentos en España, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas públicas o privadas más fiables, lo que conduce a esta publicación a consolidar una panorámica general de uno de los sectores más importantes, complejos y dinámicos de la economía española, con amplias y evidentes repercusiones para el conjunto de nuestra sociedad.

Destinadas al mismo objeto están la publicación de las *Guías de Frutas y Hortalizas y Pescados*, la *Enciclopedia de los Alimentos* o el *Informe anual* de la compañía que, en su conjunto, conforman un acervo de conocimientos básicos para comprender en profundidad el entramado de la comercialización de productos frescos en el mercado nacional.

Pero quizás, por su aspecto más innovador, por la rapidez, relevancia y alta disponibilidad de sus contenidos, cabe destacar el sistema de información sobre los precios de contratación diarios en los mercados mayoristas a través de la página web de Mercasa. Este sistema de información se reforzó en el año 2006 mediante iniciativas conjuntas con los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y el de Industria, Turismo y Comercio, ministerio al que, además, Mercasa aporta la información sobre precios en el comercio mayorista de alimentos frescos, a partir de la cual se elabora el índice de Tendencia de Márgenes Comerciales de los Productos de Alimentación en Fresco. Las 23 Unidades Alimentarias, más comúnmente conocidas como Mercas, junto con los doce centros comerciales de gestión propia, una constante colaboración con las Administraciones competentes, tanto autonómica como local, y las asociaciones profesionales más relevantes y un consolidado programa de formación, tanto de comercio mayorista como minorista, otorgan a la Empresa Nacional Mercasa las garantías necesarias para que sus actuaciones, y entre ellas el citado número 100 de la revista que hoy tenemos entre las manos, conformen una referencia clara del buen hacer en este nicho de la Economía.



Por tanto, además de felicitar a *Distribución y Consumo* por su número 100, me gustaría manifestar el deseo de continuar en una colaboración estrecha y eficaz entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino y la Empresa Nacional Mercasa, para la consecución de todos y cada uno de los proyectos que se ha marcado el Gobierno en este ámbito empresarial y económico. ■