



La trazabilidad en las Mercas: una apuesta real

ÀNGELS SEGURA UNIÓ

Responsable de Trazabilidad de Productos Frescos. AECOC

En los últimos años, Mercasa ha apostado notablemente por el impulso de la trazabilidad en toda su Red de Unidades Alimentarias. En esta línea, con la colaboración de los Ministerios de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, y el de Industria, Turismo y Comercio, encargó a AECOC, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores, y al Instituto Cerdá la elaboración del estudio “Estado actual y recomendaciones para la aplicación de la trazabilidad en la Red de Unidades Alimentarias” y la presentación de los resultados y recomendaciones a esta Red.

El estudio supuso un punto de partida que permitió determinar las posibilidades reales de actuación de Mercasa y las Unidades Alimentarias (UUAA) a la hora de

favorecer la implantación de la trazabilidad en el eslabón mayorista. Así, en él se enumera una serie de posibles líneas de actuación en este sentido.

En este marco de actuación, a lo largo de 2007 y 2008 se realizaron diversas Jornadas sobre Trazabilidad en Unidades Alimentarias de toda la geografía española, con un destacado éxito de asistencia, fundamentalmente por parte de mayoristas, alumnos de cursos de formación sobre productos perecederos y representantes de las distintas Administraciones.

En el transcurso de estas jornadas se presentaron las principales conclusiones y recomendaciones del estudio, contribuyendo así a mejorar la concienciación en los mayoristas de cada sector sobre la importancia de la trazabilidad y la seguri-

dad alimentaria y sobre las ventajas que representa poder aprovechar las economías de escala características de los mercados centrales de abastecimiento. Asimismo, estos puntos de encuentro sirvieron para unificar puntos de vista, debatir pros y contras de la trazabilidad y resolver dudas al respecto.

Paralelamente, Mercasa publicó la “Guía de trazabilidad para la Red de Mercas”, que pretende, de forma muy sencilla, ayudar a las empresas mayoristas a dar los pasos necesarios para implantar la trazabilidad de forma individual. Se trata de un documento adaptado a los procesos y realidades específicos de los mayoristas de las UUAA y de cada categoría de productos.

Gracias a estos trabajos, hoy podemos



analizar la situación actual, inquietudes y oportunidades del sector en materia de trazabilidad y seguridad alimentaria.

CONTRIBUIR A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

No cabe duda de que la seguridad alimentaria es una obligación legal de todos los agentes de la cadena, y la trazabilidad es una de las herramientas fundamentales que ayudan a garantizarla. Además, en el contexto del “paquete de higiene”, la trazabilidad y los autocontroles se establecen como principios básicos de seguridad alimentaria.

Sin embargo, no sólo debemos entender estos términos como obligaciones legales y mecanismos de autocontrol. Y es que la seguridad alimentaria, junto con la calidad del producto, contribuyen a generar confianza en el consumidor y por parte de los compradores de las Unidades Alimentarias.

La forma de implantar la trazabilidad está profundamente ligada a los procesos internos de cada empresa. Así, el registro de datos por parte del mayorista puede ser más o menos automatizado.

En cualquier caso, a través de la implantación de sistemas de mejora de la trazabilidad se desarrolla la competitividad y la competencia, se modernizan las estructuras comerciales al impulsar la au-

tomatización y se fomenta el control de producto, la diferenciación y la transparencia en el sector.

El mantenimiento de la trazabilidad en los procesos internos (agrupaciones, acondicionamiento de producto, fraccionamiento y reagrupación de embalajes, etc.) y en las entradas y salidas de producto es responsabilidad del mayorista. A estos efectos, la “Guía de trazabilidad para la Red de Mercas”, disponible en www.mercasa.es y en www.mercados-municipales.es, resulta de gran utilidad.

EL ESLABÓN MAYORISTA, CLAVE PARA GARANTIZAR LA TRAZABILIDAD

Es obvio que para que la trazabilidad funcione a lo largo de toda la cadena de suministros, todos los eslabones que la componen deben estar involucrados y cumplir con sus obligaciones a la hora de registrar, transmitir y gestionar la información.

En este sentido, los mayoristas asentados en las Unidades Alimentarias ocupan

CUADRO 1

Distintas formas de registrar datos de trazabilidad

TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN DE TRAZABILIDAD		
Desde el proveedor al mayorista	Información contenida	Registro
Albarán/factura	<ul style="list-style-type: none"> • Datos de todos los productos de un envío. • Datos de trazabilidad. • Datos administrativos. 	Manual por cada envío
Documento de trazabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Datos de todos los productos de un envío. • Datos de trazabilidad. 	Manual por cada envío
Etiqueta sin código de barras	<ul style="list-style-type: none"> • Datos de los productos por caja y/o palet de producto. • Datos de trazabilidad por caja y/o palet. 	Manual uno a uno por caja y/o palet
Etiqueta con código de barras	<ul style="list-style-type: none"> • Datos de los productos por caja y/o palet de producto. • Datos de trazabilidad por caja y/o palet. • Código de barras con toda la información. 	Automático caja a caja Automático por palet

GRÁFICO 1

Registro y transmisión de datos de trazabilidad

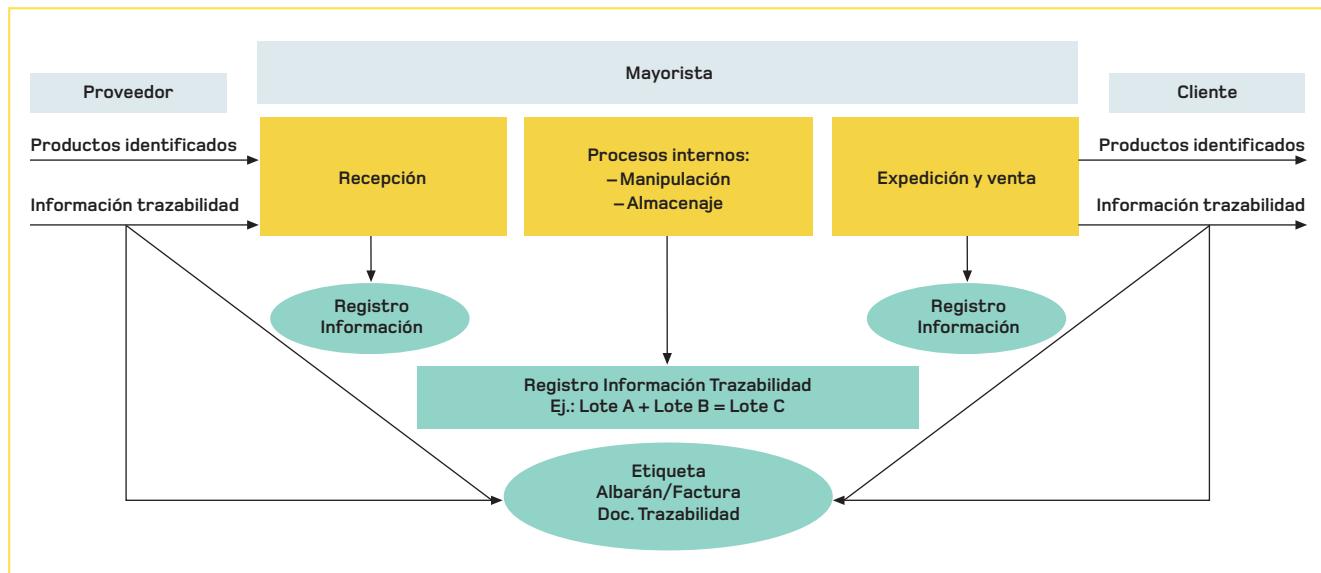


GRÁFICO 2

El eslabón mayorista



una posición muy singular, puesto que sus peculiaridades y el volumen que manejan les confieren un destacado papel en la gestión de la seguridad alimentaria y la trazabilidad de productos frescos. Sin una correcta gestión de la información, se pierde la trazabilidad en los eslabones siguientes.

El mayorista es, pues, una pieza clave, ya que constituye un punto de encuentro entre oferta y demanda, entre origen (cooperativas, agricultores, importación, lonjas, otros mayoristas...) y destino (detallistas, canal Horeca organizado y no organizado, etc.). Los mercados mayoristas representan un concentrador de oferta, con una gran amplitud de gama de productos disponibles. Aseguran el abasteci-

miento a la demanda potencial, en un mismo emplazamiento físico y una misma ventana temporal.

En definitiva, conviene tener en cuenta el alto porcentaje de producto fresco que llega al consumidor final canalizado a través de la Red de las Unidades Alimentarias, lo que hace determinante su gestión para la consecución de la trazabilidad en productos frescos.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL?

En una misma Merca conviven diferentes tipologías de mayoristas con distintas realidades, tamaños, grados de automatización y profesionalización difícilmente

comparables, por lo que no es posible generalizar un comportamiento único en la gestión de la trazabilidad para todos los mayoristas de las Unidades Alimentarias.

Sin embargo, sí se puede tener una visión global en cuanto a la situación de cada sector de actividad (especialmente en frutas y hortalizas y pescados). Aunque haya empresas concretas que no se vean reflejadas exactamente, es la tendencia de la mayoría la que nos ayuda a realizar un diagnóstico y definir acciones de mejora.

En el caso concreto del sector cárnico, éste presenta ciertas particularidades que lo hacen diferente respecto a los otros sectores, ya que comprende empresas de diferentes eslabones dentro de la cadena de suministro (mataderos, salas de despice, salas de procesado y envasado), que por lo general contemplan procesos de transformación.

Asimismo, se trata de un sector maduro que ha sido sometido a fuertes presiones por parte de la inspección y que, por lo tanto, en temas de trazabilidad y autocontroles está muy avanzado (especialmente el vacuno).

Si atendemos al resto de sectores de actividad, su nivel de trazabilidad está determinado en gran medida por ciertos

condicionantes que han influido en el grado de implantación actual:

- Los mayoristas de la Red de UUAA gestionan distintas formas de trabajar de proveedores y clientes, por ser aglutinadores de oferta y demanda. Esto supone la existencia de distintos grados de etiquetado, de registro y exigencias de información, etc.
- Coexisten mayoristas que aplican las últimas tecnologías con otros que aplican el modelo comercial tradicional.
- El producto comercializado es altamente perecedero, por lo que requiere de unos procesos de comercialización muy rápidos (sobre todo en el caso del pescado fresco). Esta circunstancia dificulta, en ocasiones, el etiquetado del producto, la asignación de lotes o el registro de información.
- Además, la tendencia apunta a que, a mayor transformación y manipulación del producto, más interés en controlar la trazabilidad; mientras que en los procesos más sencillos, donde apenas hay transformación y el producto sufre menos riesgos, la trazabilidad pasa a un segundo plano.
- El cliente tradicional de la Red de Mercas no siempre ha precisado de una información de trazabilidad detallada. En la actualidad, la entrada de grandes estructuras empresariales en los canales de comercialización de UUAA exige nuevos métodos de trabajo a los que los mayoristas han empezado a adaptarse.

Las peculiaridades que caracterizan a las Mercas representan, en este sentido, importantes oportunidades de mejora para la implantación de la trazabilidad en la Red de Mercas, cuestiones a tener en cuenta a la hora de perfeccionar los sistemas actuales.

Así, consensuar el contenido y la forma de la información que se ha de trasladar entre proveedores y clientes de las Mercas, revisar con detenimiento los procesos, aplicar sistemas automatizados o introducir nuevas tecnologías y soluciones



ingeniosas son medidas que facilitarán la trazabilidad en el 100% de los procesos.

PROFESIONALIZARSE PARA CRECER

La implantación de la trazabilidad en las empresas significa, sin duda, un salto adelante, ya que ayuda a ordenar procedimientos, mejorar el control interno; en definitiva, a profesionalizarse.

En este sentido, el hecho de convivir en el Mercado Central, en la Merca, es un factor que ofrece grandes ventajas y oportunidades. No en vano, la localización física de las empresas en un mismo emplazamiento, junto a la simplicidad de procesos en el entorno mayorista, así como la replicabilidad de los procesos entre diferentes mayoristas, crean un entorno muy favorable para desarrollar políticas de actuación globales, aprovechando las sinergias entre mayoristas.

Así, desde la Unidad Alimentaria y los gremios se pueden impulsar iniciativas dirigidas a la mejora competitiva de todas las empresas, tales como sesiones formativas, planes de trazabilidad genéricos que puedan adaptarse individualmente, desarrollo de software básico para implantar la trazabilidad, unificación de mo-

delos de documentos de trazabilidad para proveedores y clientes, etc.

Por otro lado, las empresas deben trabajar, de forma individual, en la mejora del control interno de la trazabilidad, lo cual conducirá a beneficios cualitativos y a la mejora de la operativa y de la gestión interna.

Además, existen otras acciones que, en opinión de la mayoría de compañías, deberían abordarse para mejorar los procesos. Entre ellas, la homogeneización de los criterios de inspección por parte de las Administraciones competentes.

Iniciativas como el proyecto del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino de "Impulso del código de barras en el sector de la pesca y la acuicultura" representan un gran dinamizador para la implantación de la trazabilidad en la cadena de suministros, en este caso de productos del mar.

Así, la Administración está fomentando el uso del código de barras estándar en el sector pesquero a través de acciones de difusión, formación e implantación; una iniciativa que puede ser aprovechada por las empresas mayoristas de las Unidades Alimentarias para la automatización de procesos que contribuirán, sin duda, a la mejora de la trazabilidad. ■

Implantar un sistema de trazabilidad en un mayorista, en ocho pasos

1. Definición, por parte del mayorista, del ámbito de aplicación de la trazabilidad. Es decir, acotar los procesos y productos en los que se va a controlar la trazabilidad.
2. Definición del concepto "lote" más adecuado para los productos y procesos internos. Éste permite identificar separadamente partidas de producción, manipuladas o envasadas en las mismas circunstancias y, por tanto, susceptibles de sufrir los mismos riesgos. Acotar el lote permite localizar rápidamente posibles partidas que hayan sufrido algún incidente y, en caso de alerta, reduce la cantidad de partida a retirar.
3. Establecimiento de los registros y documentación necesaria. La empresa debe definir qué información debe recoger, cómo y en qué momento se va a registrar, en qué documentos, qué persona será responsable de ello, etc.
4. Definición de los sistemas de archivo. Cómo se van a archivar los datos registrados previamente (soporte electrónico, papel, etc.). Es fundamental facilitar un acceso rápido a la información.
5. Solicitud de información a los proveedores que no la estén proporcionando. Éstos deben facilitar aquella información que permita seguir la trazabilidad del producto recepcionado mediante albarán, factura, documento de trazabilidad o a través del etiquetado.
6. Concreción del método de envío de información de trazabilidad a nuestros clientes. Se debe mantener un diálogo frecuente también con ellos para acordar qué contenidos y en qué formato son necesarios.
7. Elaboración de un manual de procedimientos de trazabilidad o plan de trazabilidad. Es decir, un documento o cuaderno explicativo sobre el funcionamiento de los procesos, sistemas, protocolos y documentos mediante los cuales se garantiza la trazabilidad.
8. Definición de un procedimiento eficiente de localización y/o inmovilización en caso de retirada.

