



mercazaragoza

Mercados mayoristas alimentarios: Nuevos tiempos, nuevas respuestas

Constancio Ibáñez Casanova
Director General de Mercazaragoza

INDICE

I.- Introducción: La cadena de distribución de los alimentos frescos

De la cadena de suministro a la cadena de valor

II.- La intermediación y los Mercados Mayoristas

- La fase de intermediación
- La Red de Mercas
 - Los Mercas en cifras
 - Funciones y ventajas de la Red
 - Mercazaragoza: plataforma logística alimentaria y centro de los agronegocios

III.- Tendencias y evolución de los Mercados Mayoristas

- Los desafíos comerciales: la adecuación a la demanda
 - El vínculo con el comercio tradicional
 - La relación con el comercio moderno
 - Nuevos nichos comerciales
- Los desafíos técnicos:
 - La cadena de frío
 - Seguridad alimentaria
 - La trazabilidad
 - Tratamiento de residuos
 - Integración de las nuevas tecnologías de la información
- Los desafíos logísticos:
 - Geoestrategia
 - Intermodalidad
 - Espacio Físico

I.- Introducción. La cadena de distribución de alimentos frescos

La **distribución comercial** es el eje organizador de intercambios entre producción y consumo, de **producto agrario, ganadero o del mar, a producto alimentario** a disposición del consumidor.

Dos tipos de canales de distribución:

- **Canal tradicional:** productores, los mayoristas de origen, de destino y los detallistas tradicionales.
- **Canal moderno:** cooperativas de productores, operadores logísticos y gran distribución.

Tres subsectores:

- producción
- intermediación
- distribución minorista

Las **actividades industriales necesarias** para cada fase de la cadena pueden ser de dos tipos:

- **actividades comerciales** propiamente dichas
- **actividades logísticas:** manipulación, almacenamiento, preparación de pedidos, transporte...

Cadena de valor en distribución alimentaria es **aportar al producto el valor que está requiriendo el consumidor para satisfacer sus necesidades** de consumo.

Surge para dar respuesta a:

- la separación geográfica entre producción y consumo
- exigencias del consumidor

II.- La intermediación y los Mercados Mayoristas

II. 1. LA FASE DE INTERMEDIACIÓN

Se define como aquella en la que intervienen operadores que no son ni productores, ni detallistas. **Necesita** una forma de organización que permita reducir al máximo posible los costes del proceso conjunto (utilidad máxima al mínimo coste) = logística de intermediación.

El coste logístico de un producto está asociado a dos factores esenciales:

- **la naturaleza del producto:** factores de incidencia en calidad y seguridad alimentaria de perecederos: manipulación, transporte, conservación, condiciones de consumo, calibre, tamaños, grados de maduración, formas de presentación, estacionalidad de producción...
- **la estructura del canal de distribución** por el cual circula: tradicional o moderno

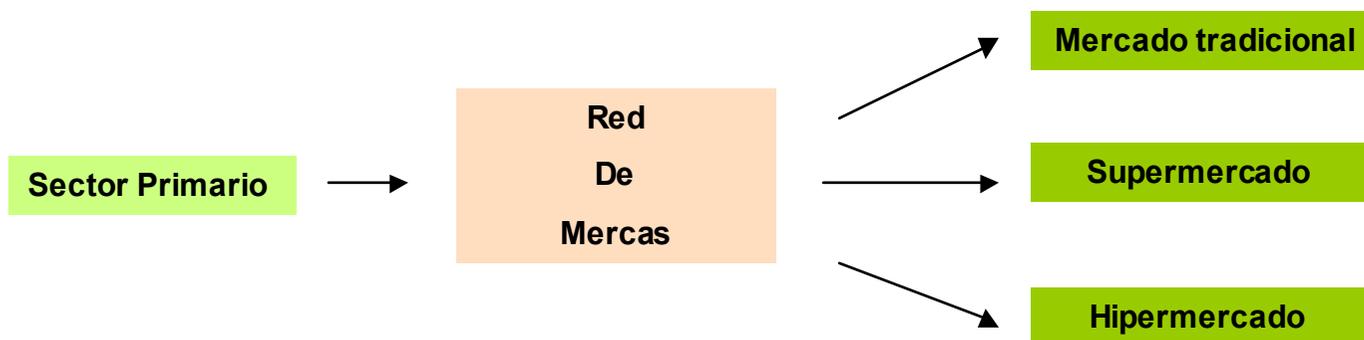
Estos costes pueden llegar a suponer el 50% del valor final del producto

Red de mercas: 60% de la comercialización de productos frescos

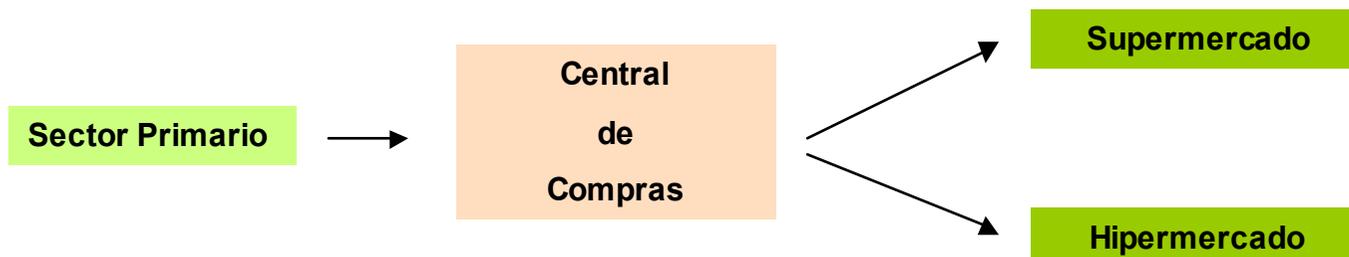
(+ volumen correspondiente a las plataformas logísticas de grandes superficies ubicadas en la Red o que operan con los mayoristas)

CUADRO DE LA DISTRIBUCIÓN

CON RED DE MERCAS



SIN RED DE MERCAS



II. 2. LA RED DE MERCAS

Los orígenes de la Red de Mercas, se sitúan hacia 1965 con la constitución de la empresa nacional Mercasa

La actividad mayorista se desarrolla bajo un doble impulso.

Una **regulación pública**, principalmente destinada a enmarcar las actividades del mercado y gestionar el espacio comercial, y un **funcionamiento puramente comercial privado** sometido a las reglas del mercado.

El papel de los Mercas se circunscribe a:

- Diseño, construcción y gestión de las Unidades Alimentarias
- Establecimiento del marco de actuación, es decir, a la fijación de unas reglas de juego que garanticen competencia y transparencia
- Promoción continua de cuantos servicios y formas comerciales puedan impulsar
- Mejora y modernización de la distribución de alimentos frescos

La actividad de la comercialización y las actividades logísticas asociadas corresponden únicamente a los operadores implantados en los recintos.

II. 2. LA RED DE MERCAS

Los Mercas en cifras

- Los **22 Mercas** tienen una superficie global superior a **7 millones de metros cuadrados**.
- En sus instalaciones están ubicadas unas **3.600 empresas** de las que unas 2.200 son mayoristas y el resto de servicios logísticos y de atención a usuarios.
- En conjunto, el valor total de los productos comercializados anualmente en la Red de Mercas se sitúa en torno a **9.000 millones de euros**.
- En volumen, las ventas globales en la Red de Mercas:
 - 4,2 millones de toneladas de frutas y hortalizas
 - 520.000 toneladas de productos pesqueros.
 - 200.000 toneladas de carnes
- **82.000 usuarios** generan el movimiento de **23 millones de kilos** entre frutas, hortalizas, pescados y carne.
- La **cuota de mercado** en comercialización de alimentos frescos en los Mercas se sitúa hoy en el **60%**

Mercados mayoristas alimentarios:
Nuevos tiempos, nuevas respuestas



II. 2. LA RED DE MERCAS



II. 2. LA RED DE MERCAS

Funciones y ventajas de los Mercados Mayoristas

- Concentración de la oferta y demanda
- Especialización y polivalencia
- Aseguran el aprovisionamiento
- Competencia de los operadores: son centros competitivos = adecuación precios
- Desarrollo de servicios complementarios (ZAC)
- Amplitud y profundidad de gama de los productos comercializados
- Adaptación al consumidor
- Aval de garantía sanitaria
- Emplazamiento en periferia de las ciudades
- Diseño funcional
- Estudios e información del sector
- Disponibilidad de espacios e infraestructuras

A estas actividades comerciales se unen las actividades que realizan los operadores logísticos

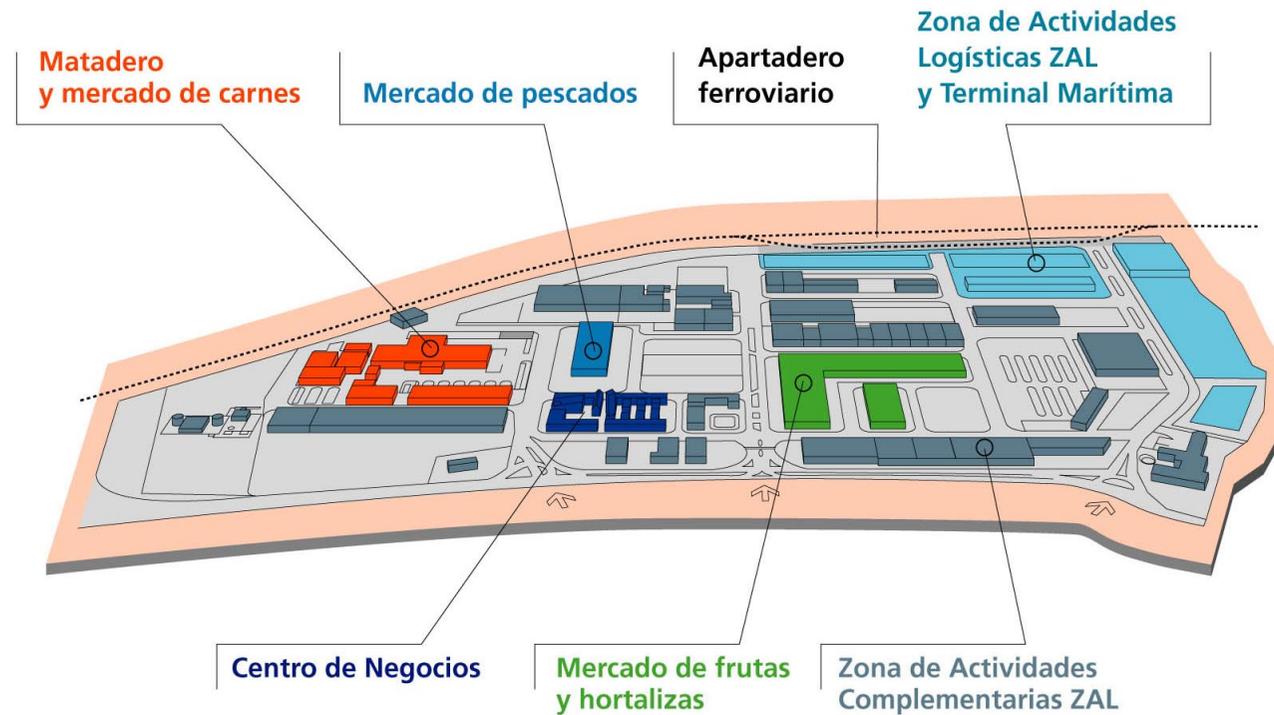
- Mantenimiento eficiente de la cadena de frío
- Reducción de los tiempos de tránsito
- Optimización del transporte hasta el punto de venta
- Manipulación, preparación de pedidos...

Mercados mayoristas alimentarios:
Nuevos tiempos, nuevas respuestas



II. 2. LA RED DE MERCAS

Mercazaragoza: plataforma logística alimentaria y centro de agronegocios



**Mercados mayoristas alimentarios:
Nuevos tiempos, nuevas respuestas**



II. 2. LA RED DE MERCAS

Mercazaragoza: plataforma logística alimentaria y centro de los agronegocios

Superficie física: 700.000 m²

Áreas de gestión: todos los mercados

- Mercado de Frutas y Hortalizas
- Mercado de Pescados
- Matadero y Mercado de Carnes
- Zona de Actividades Complementarias Z.A.C : donde está ubicado el Centro de Negocios
- Zona de Actividades Logísticas Z.A.L.: Con apartadero ferroviario. Aquí opera la Terminal Marítima de Zaragoza en conexión directa con el Puerto de Barcelona.

Apuntes económicos

La cifra de negocios de Mercazaragoza, S.A. Una media de 12 millones de euros
El volumen de negocios de las empresas ubicadas ronda los 500 millones de euros
Empresas instaladas: 136
Trabajadores de la Unidad Alimentaria: 1.150

Centro de Negocios: el centro de los agronegocios

- Centrorigen: la casa de las Denominaciones de Origen y la Calidad de los alimentos de Aragón (DGA)
- Centro de Docencia Alimentaria (CdA)
- Lonja Agropecuaria del Ebro
- Pabellón de comercialización de flores
- Zona bancaria
- Sede del cooperativismo agrario: Federación Aragonesa de Cooperativas Agrarias (FACA) y UTECO
- En un futuro: Aduana y hotel



Mercados mayoristas alimentarios:
Nuevos tiempos, nuevas respuestas



II. 2. LA RED DE MERCAS

**Mercazaragoza: plataforma logística alimentaria
y centro de los agronegocios**

Características Logísticas



Situación geoestratégica: Zaragoza está a 300 kilómetros de las principales ciudades españolas y sur francés, con vías de comunicación y es una zona productora con capacidad para abastecer a 14 millones de habitantes. Mercazaragoza sirve a un área de influencia mucho mayor que la estrictamente nacional.

Intermodalidad: Acceso a los diferentes modos de transporte: autopistas, apartadero ferroviario y cercanía con el aeropuerto. La incorporación de la Terminal Marítima de Zaragoza, en conexión directa con el Puerto de Barcelona abre un mayor número de posibilidades a los operadores.

Espacio físico: dos ampliaciones previstas:

- 300.000 m² para actividades comerciales ZAC
- 2.500 millones de m² para actividades logísticas ZAL

En conclusión, **Mercazaragoza**, punto de encuentro de la oferta y la demanda, con más de treinta años de experiencia en el mundo de la distribución y la logística alimentaria, tiene:

- **El enclave estratégico, la intermodalidad y la capacidad espacial**
- **Los aspectos determinantes para el futuro del sector agroalimentario en Aragón: seguridad alimentaria, calidad, cooperación agraria y formación del sector**
- **Especialidad alimentaria. Mercazaragoza busca la complementariedad con otras plataformas logísticas aragonesas, en particular con PLA-ZA**

III.- Tendencias y evolución de los Mercados Mayoristas

III. 1. LOS DESAFÍOS COMERCIALES: LA ADECUACIÓN A LA DEMANDA

El vínculo con el comercio tradicional

- Fuerte conexión mayoristas-detallistas tradicionales
- Políticas de actuación común
- Criterios de calidad
- Criterios comerciales como: horarios flexibles, pago electrónico, reparto a domicilio...

La relación con el comercio moderno

- Complementariedad
- Diversificación de las actividades de los operadores
- Posibilidad de crecimiento para mayoristas

La Red de Mercas son 22 plataformas logísticas alimentarias de fresco que sirven perfectamente a la distribución organizada.

Nuevos nichos comerciales

- La restauración comercial y colectividades, la exportación, los nexos con otros mayoristas...

III. 2. LOS DESAFIOS TÉCNICOS

LA CADENA DE FRÍO

Los Mercas se hayan inmersos en un proceso de generalización del uso de frío en toda la cadena de aprovisionamiento.

LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

- **Criterios de prevención**
- **Los Mercas, garantes de seguridad alimentaria**
- **Adaptación a nuevas normas.** Progresiva incorporación de empresas a las normas ISO 9000 de certificación de calidad y las 14001 de gestión medioambiental, o al establecimiento de sistemas de Análisis de peligros y puntos de Control Crítico (APPCC). Principios basados en el Codex Alimentarius y en la legislación vigente.

Adaptación al Libro Blanco de seguridad alimentaria de la Unión Europea

LA TRAZABILIDAD

- **Criterios de control**
- **Participación:** los Mercados Mayoristas son una importante parte en el proceso de trazabilidad. El concepto de Trazabilidad está contemplado dentro de la política de seguridad alimentaria de los Mercas.
- **Dimensiones**
 - la definición precisa de la noción de lote
 - la selección de las informaciones que se van a trazar que deben garantizar la seguridad alimentaria.
 - la resolución de problemas técnicos de intercambios entre diferentes operadores
- **Cadena de calidad:** la trazabilidad es, además, una exigencia de diferentes tipos de clientes

TRATAMIENTO DE RESIDUOS Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Desde Mercasa se impulsan y promueven las iniciativas destinadas a minimizar el impacto de las actividades que puedan afectar: **tratamiento de envases** y residuos, vertidos y consumos.

INTEGRACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

La apuesta de futuro requiere un esfuerzo para ponerse al día en la implantación de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

III. 2. LOS DESAFIOS LOGÍSTICOS

La situación geoestratégica debe estar definida por la importancia demográfica del área en la que se ubica la plataforma, la accesibilidad geográfica de la misma y la actividad económica en su entorno.

La intermodalidad: posibilidad de acceso a los diferentes modos de transporte.

Espacio físico suficiente para la implantación y el desarrollo de los operadores.

La logística alimentaria, en definitiva, tiene que mantener con total seguridad la máxima calidad posible al mínimo coste





mercazaragoza

Todos los mercados, en todas direcciones