

## “Debemos de ser capaces de responder a los cambios en la demanda”



Ignacio García Magarzo.  
Director General de ASEDAS.

**L**a comercialización de los productos pesqueros en nuestro país, pese a gozar de un reconocimiento mundial, también se encuentra con diferentes obstáculos que le impiden conseguir un mayor desarrollo. Desde su experiencia en este sector. ¿Cuáles considera que son los principales problemas a los que se enfrenta el sector de la comercialización en la actualidad?

La distribución de los productos de la pesca tiene importantes retos ante sí, que no se deberían ver como problemas, sino como oportunidades para hacer llegar cada vez mejor al consumidor lo que éste demanda, permitiendo que sea compatible con la sostenibilidad de las producciones y del sector extractivo y transformador. Pero para

eso, todos debemos mejorar, sobre todo en la coordinación de los diferentes eslabones.

*“La distribución asume también el reto de mejorar la gestión de residuos”.*

La sección de pescadería es importantísima en la mayoría de los supermercados, tanto por la aportación que hace a las ventas, como por que es el destino final de muchos clientes, lo que genera las visitas que necesitan para darle rotación y, por tanto, eficiencia a sus negocios. Por ello, mejorarla implica mirar cada vez más al consumidor y a sus necesidades. Y eso solo se puede hacer compartiendo la información y diagnosticando a tiempo los cambios en las demandas. A partir de ahí, hay mucho que ganar asegurando calidades estables y percibidas por el consumidor, surtidos y volúmenes estables,

además de seguir innovando en presentaciones y productos que hagan más accesible el consumo de pescado para quienes hoy lo consumen menos.

*“La distribución de los productos de la pesca tiene importantes retos ante sí que hay que ver como oportunidades para hacer llegar cada vez mejor al consumidor lo que éste demanda”.*

Luego están los retos logísticos, en los que se basa buena parte de las mejoras de eficiencia que podemos obtener. La adecuación de los horarios de entrega a distribución capilar a los puntos de venta, la optimización del transporte o de los sistemas de información que permitan evitar, tanto roturas de stock como mermas excesivas, son muy importan-



Sistema de comercialización de pescado en lonja.



Subasta de pescado en lonja.

tes. Como lo son la unificación de cajas y envases utilizados para mejorar sus procesos logísticos y de reciclaje, que implica a toda la cadena alimentaria. Todo ello, sobre la base de asegurar la trazabilidad del producto, especialmente compleja en la cadena del pescado fresco.

**“El nuevo Fondo debería encaminarse a fomentar los sistemas de integración entre eslabones de la cadena de valor del pescado”.**

Por último, la distribución asume también el reto de mejorar la gestión de residuos, cuyo tratamiento lleva consigo un coste muy alto, dadas las características de este producto, la poca cantidad de residuo generada en las tiendas -que es un inconveniente para quien la debe recoger- y la escasez de gestores autorizados.

Todos estos cambios son,

como decía, oportunidades. Pero somos conscientes de que hay que afrontarlos en un entorno difícil, porque la demanda está cayendo como consecuencia de la crisis de consumo -especialmente en valor- y los precios y los márgenes han bajado. Por eso, debemos ser capaces de responder a los cambios en la demanda y es imposible que cada eslabón lo pueda hacer solo. El verdadero reto es cooperar más y mejor entre nosotros.

La buena noticia es que quienes lo sepan hacer, tendrán éxito.

**El Fondo Europeo de la Pesca, a través de su segundo eje establece una serie de ayudas destinadas a sectores como el comercializador. ¿Cómo puede el FEP favorecer el desarrollo del sector?**

Aplicándolas en mejorar cualquiera de las claves antes mencionadas: envases, controles de calidad, gestión de residuos, estudio de mercados para saber realmente que es y lo que quiere el consumidor.

**Una vez finalice el periodo de programación del FEP es probable que se desarrolle otro Fondo que continúe con la labor que en su día inició el IFOP. ¿Hacia dónde debe encaminarse el futuro Fondo?**

Es claro: a fomentar los sistemas de integración entre eslabones de la cadena de valor del pescado, para asegurar no solo la sostenibilidad medioambiental, económica y social del sector, sino su capacidad de adaptarse a los cambios y responder a los retos que afrontaremos en el futuro.

**Ignacio García Magarzo.**  
**Director General de**  
**ASEDAS.**

*Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y Diplomado por el Instituto Europeo de Administración Pública (EIPA) de Maastricht.*

*Funcionario de carrera del Cuerpo Superior de Administradores Civiles del Estado, en el que ingresó en 1.993, trabajó en la Administración durante diez años, principalmente en los Ministerios de Agricultura, Industria y Ciencia y Tecnología. En estos últimos desempeñó, entre otros puestos, el de Jefe del Gabinete Técnico de la Subsecretaría.*

*En el ámbito privado es, desde julio de 2003, Director General de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), la más importante organización patronal de distribución alimentaria del país. ASEDAS reúne a las principales compañías españolas de supermercados, que juntas representan una superficie comercial de más de 6,5 millones de metros cuadrados y dan empleo a 220.000 trabajadores.*

*Actualmente es miembro de la junta directiva en CEIM (CEOE) y profesor del centro de estudios económicos y comerciales (CECO).*