

COMERCIO DETALLISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS

PRESENTE Y FUTURO DEL ÚLTIMO ESLABÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

■ MARCELINO CARRO BLANCO

PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES PROVINCIALES DE EMPRESARIOS DETALLISTAS DE PESCADOS (FEDEPESCA)

El sector detallista supone el último eslabón de la cadena de distribución y, hasta hace poco, tal vez el más olvidado o al que menor importancia se le ha dado a la hora de analizar los problemas y soluciones del sector pesquero.

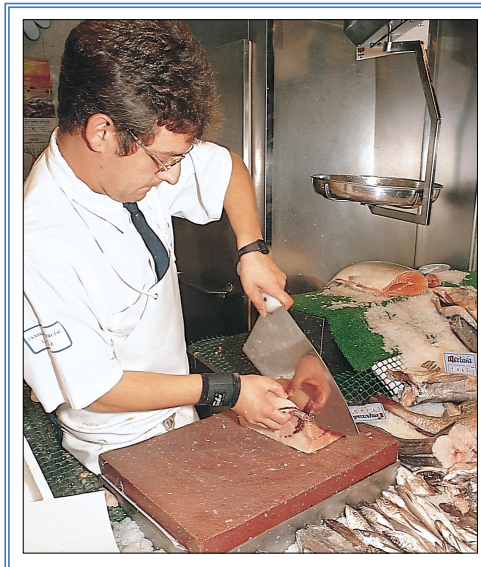
Afortunadamente, desde hace unos años hemos conseguido llamar la atención sobre lo que representa el comercio detallista en general, y el comercio tradicional en particular, donde concretamente nos hallamos encuadrados los empresarios minoristas de pescados.

Es necesario resaltar esta realidad puesto que el sector del comercio supone en España el 14% del PIB y ocupa a más de dos millones de personas, de las que casi 1,7 millones son empleados, correspondiendo 1,33 millones de personas concretamente al comercio minorista, y de ellas 430.000 empleados al comercio minorista de alimentación, además de los autónomos que se dedican a esta actividad.

Asimismo, las cifras de establecimientos también son muy representativas: en España hay unos 600.000 establecimientos minoristas (censo de 1997), de los 215.000 son establecimientos minoristas de alimentación, y aproximadamente 13.500 pescaderías, de las cuales están agrupadas unas 10.000 en FEDEPESCA a través de las organizaciones de detallistas de pescados de las distintas comunidades autónomas.

COMERCIO TRADICIONAL

Para conocer la realidad de los detallistas de los productos pesqueros, es preciso hacer una referencia a la situación actual del comercio tradicional y, en concreto, del comercio tradicional de alimentación. Este tipo de



comercio se encuentra en una fase de retroceso, si bien sigue teniendo su hueco en la distribución española, ya que de acuerdo con el avance del panel de consumo del MAPA para 1997 el comercio tradicional continúa siendo el establecimiento más visitado por los españoles, siendo las razones de esta fidelidad, fundamentalmente, la proximidad, la atención personalizada y la calidad del producto.

Sin embargo, la reducción progresiva de esta fórmula comercial y de su cuota de mercado es un hecho constatado, por lo que el posicionamiento en los próximos años es fundamental para adaptarnos a los cambios que en nuestro entorno se han producido, y de sobra conocidos (incorporación de la mujer al trabajo, cambios en el estilo de vida, aparición de nuevas formas comerciales, incorporación a la UE con la consiguiente globalización de la economía...).

Esta situación es extrapolable al comercio tradicional de productos pesqueros, si bien es cierto que los detallistas de perecederos en general y en concreto de productos del mar frescos, han soportado mejor estos cambios en el entorno, presumiblemente

por la enorme tradición de consumo de este tipo de productos que existe en nuestro país y por la especial profesionalización que requiere el tratamiento de los mismos.

Sirva de prueba el hecho de que si bien la cuota de mercado de los hogares para la alimentación en general era de un 35,62% en el año 1995 este mismo dato en el caso de los productos pesqueros ascendía a un 48,05%, alcanzando el 56% en el caso del pescado fresco. Desafortunadamente, en el año 1996 se rompió la serie histórica no disponiendo de datos de este ejer-

cicio, si bien en la actualidad contamos con el avance del panel del consumo de 1997, en el que se asegura que la cuota de mercado para los productos pesqueros es del 53% para las tiendas tradicionales.

Sin embargo en FEDEPESCA y en sus organizaciones somos conscientes de que, a pesar de haber estado mejor posicionados en el mercado que otros sectores a la hora de defender nuestras ventajas competitivas, no somos ajenos al proceso de renovación y adaptación que de manera general afecta a la distribución comercial, debiendo resaltar además la incidencia que tiene que la gran mayoría de nuestros establecimientos se hallen ubicados en mercados de abastos y galerías, fórmulas comerciales que se encuentran actualmente en un proceso de profunda transformación, de cuyo resultado depende el futuro de los pequeños comercios especialistas de productos perecederos; debiendo trabajar tanto en la adaptación individual de cada empresario como en la colectiva.

DESCENSO DEL CONSUMO

A los procesos de transformación del comercio en general y del comercio minorista situado en los mercados y galerías en particular, hay que unir en nuestro caso el descenso que de forma continuada se viene produciendo desde 1994 en el consumo de productos pesqueros, con una caída que sólo en 1997 fue del 5%, explicable entre otros factores al cambio que se viene dando en los hábitos alimentarios y al precio de los productos pesqueros, y presentando una mejor evolución para los pescados y mariscos congelados.

Es evidente que tanto para nuestra organización como para las administraciones pesqueras debe ser objetivo prioritario recuperar y aumentar el consumo de los productos pesqueros, porque, si bien es cierto que se está produciendo un acercamiento a los hábitos alimentarios de otros países europeos y de EE UU, no es menos cierto que el nuevo consumidor da gran importancia a la salud a través de una dieta adecuada y considera la alimentación como un placer, pudiendo ofrecer, sin duda, los productos pesqueros como alimentos atractivos en ambos sentidos.

Por otra parte, no hay que olvidar que estos productos constituyen uno de los pilares básicos de nuestra maravillosa y variada dieta mediterránea, cuyas ventajas son de sobra conocidas, por lo que habría que



potenciar con fuerza este tipo de alimentación entre el público más joven por ser el más influenciado por los nuevos hábitos de alimentación.

Por todo lo anteriormente expuesto, colaboramos en distintas campañas promocionales organizadas por el FROM, tanto de productos pesqueros frescos como congelados, contamos con un espacio de radio desde el que se informa al consumidor sobre las ventajas del consumo de estos productos, y participamos en todos aquellos acontecimientos que sirvan para acercar la imagen de los detallistas de pescado al gran público.

No hay que olvidar que, precisamente por nuestro contacto directo con el consumidor final y por ser líderes en el mercado, cualquier actuación tendente a la potenciación del consumo enten-

demos que ha de pasar por nuestro sector.

PREPARARSE PARA EL FUTURO

Tras estos apuntes previos queda claramente planteado que el minorista de pescados se encuentra en un punto de inflexión en el que su capacidad de reacción y adaptación marcará nuestro futuro. Sin embargo, es imprescindible matizar e insistir en que habitualmente se contraponen la idea de comercio tradicional con la de comercio moderno, no asociando comercio tradicional con comercio de futuro.

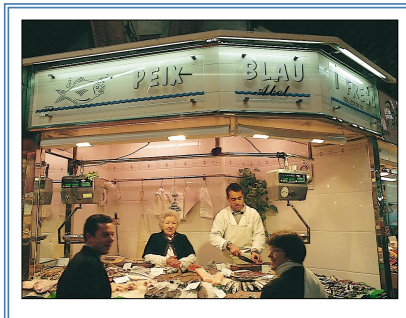
Una idea ante la que trabajamos desde hace tiempo, para corregir esta percepción del consumidor y, porque no, también de las administraciones, ya que los detallistas tradicionales de pescado siempre han demostrado una gran profesionalidad que, junto con las medidas de apoyo necesarias, les permitirán continuar siendo un comercio que evolucione y se adapte en cada momento a las exigencias de su entorno.

Precisamente por ello, en FEDEPESCA y en las organizaciones empresariales que la componen se apuesta por la formación, la transformación del gestión, la implantación de fórmulas asociativas, la incorporación a las nuevas tecnologías de la información, la calidad, la especialización, etc., tratando de potenciar nuestras numerosas ventajas competitivas, entre las que destacan la cercanía, el trato personalizado, la calidad y la profesionalidad de los detallistas de pescados de España, que con su buen hacer y el exquisito tratamiento del producto pueden considerarse como los más destacados de Europa.

Por otra parte, es imprescindible la revalorización y dignificación de nuestra profesión, así como su acercamiento a las nuevas generaciones, porque para ser un buen profesional del pescado es necesario superar numerosas y variadas pruebas, con años de aprendizaje hasta conseguir contar con una excelente cualificación a la hora de manipular los productos, dominar los secretos de la preparación, corte y presentación del pescado, conocer mercado y las técnicas de venta, realizar una correcta gestión de la empresa, realizar el duro abastecimiento diario, que de forma mayoritaria se realiza en la Red de MERCAS, y aplicar correctamente todas las normas de seguridad e higiene y las técnicas de conservación que nuestra actividad se requiere.

FORMACIÓN

Es por ello por lo que desde hace tiempo, FEDEPESCA colabora con el FROM y la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, desarrollando un completo Programa de Formación a distancia para el Comercio Detallis-

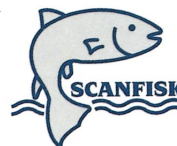
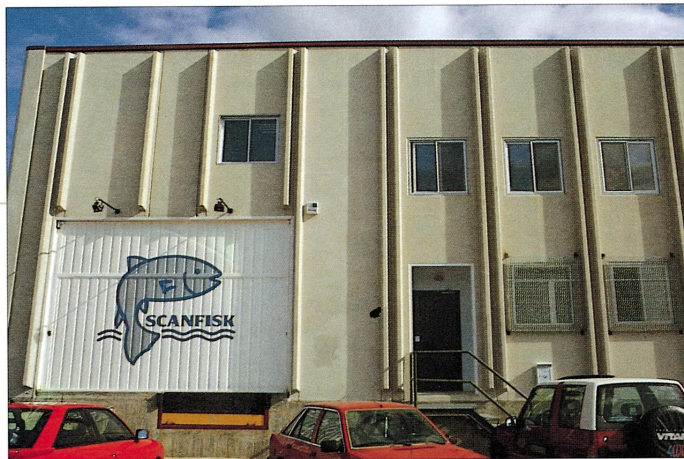


ta de Pescados, con el objeto de facilitar el acceso a la formación de los detallistas actuales y futuros en todo el territorio nacional.

Además de esta iniciativa conjunta, cada una de las organizaciones que componen FEDEPESCA pone a disposición de sus asociados las herramientas formativas necesarias para modernizar la gestión a todos los niveles y afrontar los retos futuros que se plantean, como puedan ser la preparación para la entrada en vigor del euro, la asun-

ción del "efecto 2000", la apuesta por la calidad, etc.

En definitiva, el sector detallista de pescado trabaja intensamente por fomentar y estimular el consumo de los productos del mar, por conservar la red detallista, única en Europa, y por ser un comercio tradicional en cuanto a la forma de expender el producto, pero moderno y evolucionado; apostando para ello por la profesionalidad del sector, la calidad, la formación, el asociacionismo y la especialización, y confiando en la colaboración de las administraciones para conseguir que este reto diario sea una realidad. ■



SCANFISK SEAFOOD, S.L.

Camino Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Micropolígono Alimentario, nave 1

50014 Zaragoza

Tel. Int. 34 976 47 12 28 • Fax 34 976 47 11 26

