

Exigencias de la gran superficie sobre el productor

En este artículo se analiza porqué la emergencia de las grandes superficies ha llevado a la selección de los suministradores.

En las relaciones entre las empresas de producción y manipulación hortofrutícola, se están produciendo unas variaciones en el trato comercial debido a la emergencia de las grandes superficies (paralelamente al desarrollo de «Marcas blancas») que han llevado a la selección de los suministradores basándose en criterios no sólo económicos, sino creándose departamentos de calidad responsables de control de los productos y de la evaluación y seguimiento de los proveedores.

Las características operativas de estas grandes superficies son:

- Que el consumidor pueda completar la cesta de la compra (programaciones en cantidad).

- Productos de calidad estándar contrastada (en seguridad y en calidad).

- Rentabilidad rápida, debido a rápidas rotaciones de productos, precios de los artículos surtidos y forma de pago adecuada a sus fines. La frescura y vida útil del producto juegan un papel importante.

- Evitar reprocesados de productos, ya que conllevan mermas de condición, y por la condición anterior con programaciones muy ajustadas lo hacen inviable. Pero admiten en seguida manipulados de producto a unidades de venta, ya que les genera gran valor añadido (ejemplo brócoli a Inglaterra, zanahorias a Alemania).

Por tanto, las variaciones comerciales aludidas consisten en:

- Exigencia de Pliego de Condiciones, por parte de la Gran Superficie al operador, que le fija para un mismo artículo las variedades recomenda-

das, la presentación o categorización, la madurez, el gusto y los envases a utilizar, a menudo completado con el etiquetado pertinente y la valoración del producto suministrado (tanto en precio como en calidad).

La valoración del producto suministrado puede hacerse de dos formas principales:

- mediante inspectores de campaña de la Gran Superficie que se desplazan al almacén del proveedor para confeccionar sus hojas de control pertinentes

- mediante inspectores de calidad de la propia empresa proveedora o almacén, rellenando las Actas de Control de

La valoración del producto puede hacerse mediante inspectores de campaña de la Gran Superficie o de calidad de la propia empresa proveedora o almacén

Operadores Exceptuados (Reglamento CEE 2251/92).

- Visita a las instalaciones del operador, en la que personal cualificado hace una «Auditoría al proveedor» por temporada, interesándose por el cultivo en campo de lo que va a comprar, del almacén con sus peculiaridades técnicas, higiénicas, sanitarias, de obra civil y sistema de frío empleado, con valoración final de todo lo vis-

to y aporte de sugerencias u obligaciones en lo que es observado y no es correcto.

- Certificación del cumplimiento de las medidas de seguridad, entendida como la inexistencia de peligros, riesgos o dudas en el consumidor final, que se traducen básicamente en peso correcto y L.M.R. mínimos (por debajo de lo estipulado en la legislación vigente) en la unidad de consumo suministrada a aquél.

La seguridad se debe basar en el cumplimiento de las normas fitosanitarias, de tal forma que llegue al consumidor el convencimiento de que se cumplen no sólo por parte de la empresa proveedora, sino que es también la Administración la que realiza controles que al consumidor le inspiran mucha confianza.

La Gran Superficie no quiere nunca ver su imagen dañada, ya que es responsable además de las infracciones que pudiesen presentarse. Es decir, actúa primero en conseguir unas condiciones de rentabilidad óptimas (primer apartado), se informa y observa que no se le va a defraudar (segundo apartado) y se asegura que todo vaya bien (tercer apartado).

Por lo tanto el objetivo de la Certificación es obtener un reconocimiento (de lo que uno hace) y confianza (por lo que se suministra) mútua entre la Gran Superficie y el Proveedor, tanto a nivel nacional como internacional.

A todas estas exigencias el operador, productor, manipulador o distribuidor ofrece:

- unas condiciones de calidad de producto óptimas (OPC). Se ha especializado en esa gama, la produce fantásticamente y supera esas condiciones de calidad ampliamente, reflejándolo en una norma de calidad interna mínima, que es la que ofrece o suministra.

Ese producto o productos estrella que ofrece estratégicamente le sirven para obtener



El fomento de la calidad en el comercio exterior debe promocionarse con productos de calidad acreditada o contrastada. Foto: Pryca.

una «Denominación Específica Garantizada» (Cogollos de Tudela), «Denominación de Origen Controlada» (Espárragos de Navarra) u «Origen Especial» (Fresas de Huelva), etc.

Y claro, aparte del producto ofrece sus instalaciones, organización y logística, que deben acompañar al producto en su transacción.

- Invita y recomienda a visitar sus instalaciones. El almacén se presenta puertas abiertas a sus posibles clientes.

- La certificación que le es exigida la suministra de las siguientes formas:

- Si la mercancía ofrecida no es propia y procede de terceros expide un «Certificado de calidad» o documento que asegure que la mercancía objeto del envío corresponde a lo acordado en el contrato o pliego (peso y demás características físico-



químicas, análisis de residuos, metales pesados, etc.) y que se realizan en los Centros de Inspección de Comercio Exterior.

- Si no es propio, puede ofrecer un producto de origen controlado, con un contenido mínimo de residuos tóxicos, procedentes de explotaciones en las que se minimice el uso de productos químicos y se respete el medio ambiente. La publicación de una serie de Normas UNE 155.001 permite la certificación de calidad de los productos hortícolas en base a una normativa de carácter nacional por parte de AENOR.

- Si es propia y se demuestra fehacientemente que es controlada (libros de campo, registros, etc.) una Certificación de producto unas pocas veces por campaña (sobre todo al principio de la misma) es más que suficiente.

- Si es propia de producción controlada o ecológica, al estar sometida a reglamentos o disciplinarios estaremos en el segundo caso citado.

- Mediante la certificación de calidad de la empresa conforme a Normas ISO 9002, que aseguran por el suministrador, durante la producción, instalación y servicio post-venta, que el proceso se ajusta a normas técnicas determinadas.

En este caso la Calidad Total (producto más empresa) se está utilizando por parte del suministrador como estrategia diferenciadora del producto hortofrutícola que ofrece, y que inspira a la Gran Superficie una confianza positiva.

- Mediante la certificación de calidad que puede y debe suministrarle una «Plataforma de venta en origen» cuando es la gran superficie la que se surte de ella, o el operador mismo que ha contribuido a formarla.

El equilibrio entre las condiciones que exige la Gran Superficie y las que ofrece el productor siempre que se traducan en profesionalidad, transparencia y confianza, harán que el camino de las relaciones mutuas entre ambos sea eficaz y duradero. Es necesaria una

alianza entre unos y otros, de tal forma que se de al consumidor lo que pide, pero valorizando el producto para que el consumidor perciba la calidad y la pague.

Influencia del comercio exterior en el uso de certificados e identificaciones de calidad (labels)

Indudablemente el comercio exterior de hortofruta parte de producto normalizado en sus transacciones. Podemos definir la normalización como conjunto de actividades cuyo fin es que los productos superen un nivel mínimo de calidad y se presenten en el mercado de manera clasificada.

Las primeras normas aparecieron en EE.UU. a principios de siglo, como consecuencia de la exportación masiva de manzanas, peras y uva fundamentalmente.

Alrededor de los años 30 en Europa y Norte de África se comenzaron a elaborar normas para la exportación y comercio de productos agrícolas. En Es-

siguientemente, en el de los controles a ejercer antes de su exportación, fue enorme. Sólo después de la Segunda Guerra Mundial se toma la iniciativa de elaborar normas internacionales, como las CEPE-ONU que nacieron como consecuencia del Protocolo de Ginebra (1954), con obligación de control (1961) seguidas de las normas régimen OCDE (1961) con sede en París y posteriormente transcritos a Reglamentos Comunitarios, emanado de Bruselas, que son normas obligatorias para todos los escalones comerciales (incluido el transporte), según la OCM de frutas y hortalizas. Reglamento CEE 23/62 cumplimentado por el Reglamento CEE 1035/72.

El empresario ahora se esmera en la calidad de su producto, referenciada a esas normas internacionales, confía también en su Marca Comercial, pero la relación marca/producto es algo débil, por la que una baja calidad en los envíos rápidamente se asimila al origen nacional del mismo, con profunda ignorancia de la responsabilidad de la empresa causante.

Es por lo que el fomento de la calidad en el comercio exterior, aparte de la marca, debe promocionarse con productos de calidad acreditada o contrastada. Pensemos que hay muchos importadores recelosos y temerosos de que lo exigido no se cumpla, y les pueda así crear problemas económicos y burocráticos.

Las empresas y asociaciones consiguen esta acreditación, al solicitar del SOIVRE un servicio de «Certificación voluntaria» de la conformidad en sus envíos de hortofruta.

Un «Certificado de Conformidad» específica que un producto es conforme a unas normas específicas concretas para dicho producto, y evitar al mismo tiempo impedimentos o barreras (a veces políticas) para el comercio internacional del mismo, a la vez que proporciona al comprador criterios técnicos

La Calidad Total se está utilizando por parte del suministrador como estrategia diferenciadora del producto hortofrutícola que ofrece, y que inspira a la Gran Superficie una confianza positiva

paña se crea el Organismo Oficial SOIVRE en el año 1934.

El carácter vanguardista del papel que España, a través de la actividad del SOIVRE, ha jugado en el campo de la normalización comercial de los productos alimenticios, y con-



Hay que revalorizar el producto para que el consumidor perciba la calidad y la pague.

que le dan confianza de que el producto va a satisfacer sus exigencias y a la vez que aseguren que se comporta conforme a los requerimientos de las leyes vigentes.

La Gran Superficie no quiere nunca ver su imagen dañada: actúa primero en conseguir unas condiciones de rentabilidad, se informa y observa que no se le va a defraudar

El comprador, por su parte, siente la necesidad de recurrir a sistemas de certificación, administrados por autoridades imparciales, como es el caso del SOIVRE.

No olvidemos que la certificación ha sido (y sigue siendo) una herramienta de la economía nacional, donde por ejemplo España ha adquirido y reforzado su reputación como suministrador de cítricos, tomates, pepinos, fresas y cebollas principalmente.

No nos olvidemos tampoco que el protocolo de Ginebra ha sido aceptado por todos los gobiernos, que afecta a unos 50 artículos hortofrutícolas y que no se concibe hoy intercambio intracomunitario sin respetar las normas adoptadas.

Del mismo modo, el certificado de control, que se inició en 1963, es obligatorio desde el año 1982, y es una práctica habitual del control oficial de calidad en sus vertientes.

Esta asistencia técnica del SOIVRE viene definida por el R.D. 222/87, por el que se establecen «Precios Públicos» por la prestación de estos servicios (Orden 29/12/94) que tienen como finalidad «fomentar la calidad».

Pero además hay que tender a una necesidad creciente en el Comercio Internacional, que es el «Acuerdo de Certificación» o certificación en origen.

Se trata de que las autoridades de un país acepten no efectuar determinados controles, siempre que la mercancía esté amparada por un «Certificado de Inspección» expedido por un organismo reconocido por ellos, como es el del SOIVRE.

Los exportadores que se acogen a esta medida tienen como contraprestación la garantía de que su mercancía verá aminorada las dificultades en destino

para superar las exigencias que el certificado ampare.

La forma que la certificación tiene de exhibirse puede tener una gran variedad de formas, como son las marcas, etiquetas o labels, certificados propiamente dichos o garantías, lista de productos aceptados o lista de productos aceptados o licenciados.

Todas estas formas están limitadas a que la conformidad a la norma especifique o distinga al producto globalizado, como aquél que especifica propiedades determinadas (PIC producto integrado, CRAE producto ecológico) pero teniendo cuidado de no inducir error al consumidor, haciéndole creer que un producto entero está certificado, y desde luego, que estas formas sean aceptadas internacionalmente.



Productos listos y preparados para su venta en la Gran Superficie.

En este caso concreto, nosotros aconsejamos si es posible el uso de sellos o timbres en los frutos.

Los símbolos o labels se han impuesto, pues son comprensibles universalmente, colocados en un lugar próximo a la marca, y que indiquen propiedades o características así como su calidad o valor, pero es indispensable informar para asegurarse de que el

consumidor conoce perfectamente el significado de estos conceptos.

Desde luego, la efectividad del sistema es mayor, conforme se sabe del producto en sí, el fabricante, manipulador o almacén exportador, ya que abarca todo o casi todo lo que suministra de sus productos.

Ejemplos clásicos de esto que acabamos de señalar son el label de Operadores Exceptuados, el label de Certificación ISO 9000 y el label AENOR de producto controlado, teniendo en cuenta que uno de ellos no se entorpece

El objetivo de la Certificación es obtener un reconocimiento y la confianza mutua entre la Gran Superficie y el Proveedor, tanto a nivel nacional como internacional

por la acción de otro y todos ellos cumplen con su fin primordial, esto es, el hecho de destacar la calidad (producto o proceso). Hay que revalorizar el producto de manera que el consumidor sea capaz de percibir la calidad de este producto.

La forma de fijar la atención del consumidor se realiza mediante marcas de label, cintas, sellos o timbres y cromos.

Cada uno debe ser independiente del otro, pero actuando en conjunto.

Y lo que es más importante, el label debe ir respaldado y respaldando lo que indica, esto es, una certificación de calidad que sea conocida en el mercado por su publicación y por su publicidad.

Hugo Giambanco de Ena

Inspector del SOIVRE