

# La distribución se anticipa a las tendencias de consumo



**Javier Millán-Astray.**

Director General de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).

Por su propia naturaleza, el sector de la distribución es uno de los más cercanos al consumidor, con el que se interrelaciona día a día. Esta relación, muy estrecha en ambos sentidos, hace que la distribución “procese” con celeridad las iniciativas tanto de la industria como de los consumidores e incluso impulse otras nuevas, tratando de adelantarse a las demandas de los usuarios.

Los cambios en los hábitos de vida, la incorporación masiva de la mujer al mercado laboral, las diferentes tipologías de hogares y un consumidor cada vez más exigente, entre otros factores, obligan a la distribución a ampliar y renovar cada día su oferta.

La distribución de productos de origen animal no es una excepción en este nuevo escenario: las grandes superficies de distribución han interiorizado en sus culturas empresariales que sólo es posible el éxito atendiendo y anticipándose a ese mayor nivel de exigencia de los consumidores. Hoy los consumidores demandan las máximas garantías de calidad, variedad y precios competitivos, pero, además, quieren conocer el recorrido de los productos desde la granja o la explotación ganadera hasta el estante de la gran superficie.

### Un nuevo escenario

Todo ello ha hecho que en la última década, el sector de la distribución de productos de origen animal haya debido adaptarse a un nuevo escenario, caracterizado, en primer lugar, por un estricto marco normativo, con una multiplicidad de garantías sanitarias y medioambientales y, en segundo lugar, por ese mayor nivel de exigencia de los consumidores.

En relación con el nuevo marco normativo, cabe destacar la nueva legislación en materia de seguridad e higiene alimentaria, que ha apostado por garantizar la seguridad de los alimentos, respondiendo de este modo a la preocupación de los consumidores en este ámbito y para evitar al máximo posibles crisis alimentarias.

La adaptación a todos los nuevos requisitos ha supuesto un reto capital para el sector de los productos de origen animal, desde el primer al último eslabón de la cadena alimentaria, ya que ha sido necesario desarrollar importantes modificaciones y mejoras, tales como la implantación de sistemas de trazabilidad o la adaptación a los nuevos parámetros sobre higiene alimentaria, recogidos en los Reglamentos del Paquete de Higiene, entre otros.

Este esfuerzo de adaptación a nuevas normas continuará, previsiblemente, en los próximos años, ya que la Comisión Europea trabaja en el desarrollo de nuevos proyectos legislativos, tales como la modificación de la Directiva de Etiquetado de Alimentos y Productos Alimenticios, las nuevas regulaciones sobre Bien-

estar Animal, la modificación del Reglamento sobre Subproductos de Origen Animal, etc., cuyo cumplimiento obligará al sector a hacer un nuevo esfuerzo de adaptación.

### Demanda de información

Para la distribución, además de garantizar “en segunda instancia” los requisitos sanitarios en los productos de origen animal, se presenta un reto añadido: dar cumplida respuesta a las demandas de los consumidores, que quieren disponer de información exhaustiva sobre lo que están comprando y garantías absolutas en cuanto al proceso sanitario.

Ello ha inducido nuevas tendencias también en la comercialización de los productos alimenticios y de origen animal que evolucionan para adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores. Además de calidad, el comprador busca

ca diaria, pero seguirá exigiendo de actuaciones adicionales en asuntos como la adecuada gestión de residuos, la mejora del aprovechamiento energético, el uso de recursos ecológicos o la utilización de las mejores tecnologías disponibles. En este punto, las grandes superficies trabajan de forma intensa y colaboran activamente en el fomento y desarrollo de un consumo sostenible.

### Valor nutricional

Otra preocupación relativamente nueva a la que damos respuesta se refiere a las características nutricionales y saludables de los productos: la obesidad se ha convertido en una epidemia mundial, especialmente preocupante entre los niños y jóvenes. Por ello, resulta necesario tener en cuenta la Estrategia sobre Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad, desarrollada por el

**La certificación de calidad en todo el sector alimentario es una tendencia imparable y con una demanda creciente**

un amplio surtido de productos y una amplia variedad de presentaciones a partir de los productos base. La falta de tiempo, o la opción por disfrutar del ocio en lugar de dedicarlo a la cocina, ha llevado a un porcentaje elevado de consumidores a optar por la rapidez en la preparación y las grandes superficies dan respuesta a estas nuevas demandas, sin olvidar, por supuesto, las tradicionales.

Pero hay otros factores que, sin duda, determinarán las actuaciones del sector en los próximos años, además de continuar dando satisfacción a las demandas de los consumidores.

La garantía y el aseguramiento de la calidad de la cría de los animales, el manejo de la alimentación y las condiciones de sacrificio y tratamiento de la carne son aspectos que están adquiriendo poco a poco una importancia creciente. Además, el Plan que está elaborando la Comisión Europea al respecto, introducirá, previsiblemente, otras novedades, a las que el sector tendrá que adaptarse en los próximos años.

El compromiso con el medio ambiente es una demanda creciente por parte de los ciudadanos, que las grandes superficies han hecho suyo en la prácti-

Ministerio de Sanidad y Consumo, en lo que respecta a la información nutricional de los productos y su composición. En el futuro, como empresas responsables que somos, deberemos seguir actuando en este campo.

Por último, es preciso referirse a las certificaciones de los productos, una práctica surgida como consecuencia de las crisis alimentarias y que ha introducido garantías en los procesos de producción y comercialización. En la última década, hemos observado una evolución exponencial de las certificaciones de productos y procesos de empresas alimentarias, y me aventuro a decir que este proceso continuará en el futuro, porque la certificación de calidad en todo el sector alimentario es una tendencia imparable y con una demanda creciente.

En conclusión, desde las grandes superficies consideramos que el trabajo desarrollado en los últimos años en el proceso de producción y comercialización de productos de origen animal ha sido ingente. Seguimos trabajando para asegurar al consumidor la calidad y la variedad, y para dar respuesta a una demanda cada vez más elaborada. ●