

INCIDENCIA ECONOMICA DE LAS UNIDADES ALIMENTARIAS DE LA RED MERCASA COMO SERVICIO PUBLICO

por

Manuel Estrada-Nora

Técnico de la E.N. MERCASA.

CARÁCTER DE SERVICIO PUBLICO.

Actualmente, el sistema de mercados mayoristas de titularidad y gestión pública implantado en España a través de la Empresa Nacional MERCASA hace más de treinta años sigue siendo completamente vigente en el nuevo marco económico de la Unión Europea.

Efectivamente, la formula establecida en Maastricht, según la cual *"la acción de los Estados miembros y de la Comunidad incluirá ... la adopción de una política económica ... que se llevará a cabo de conformidad con el respeto al principio de una economía de mercado abierta y de libre competencia"* se compatibiliza con la acción política de la Comisión Europea y la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Luxemburgo. No podía ser de otro modo, teniendo en cuenta que la tradición del servicio publico es uno de los activos más ricos de la cultura económica, social y jurídica europea.

Por citar una de las iniciativas institucionales, cabe mencionar la elaboración de un **Proyecto de Carta europea de los servicios públicos** (o servicios de interés económico general) donde se refuerzan nociones como la **proporcionalidad**, entendida como ponderación entre las reglas del Tratado de Maastricht y los objetivos de los servicios públicos; la **continuidad**, que se deriva del carácter esencial del servicio a prestar; la **igualdad de acceso** o equidad que implica neutralidad, transparencia y una preocupación por la cohesión y la solidaridad territorial o social; la **univer-**

salidad, al significar la garantía de un servicio mínimo para todos que limite las desigualdades sociales y territoriales. En definitiva, se trata del esfuerzo para dar respuesta a las demandas ciudadanas fijando unos umbrales mínimos de prestación.

Es cierto que hubo momentos en el pasado reciente en que parecía que la corriente liberalizadora, desreguladora y privatizadora podía poner en peligro la sólida y eficaz tradición europea del servicio público, debido a una suerte de culto de la competencia, sin duda saludable, pero que debe ser atemperada ante excesos o exageraciones que producirían efectos contrarios a los inicialmente pretendidos.

Las reflexiones de la Comunidad Europea sobre el llamado "**servicio universal**", entendido como servicio de calidad que debe cubrir el conjunto del territorio comunitario, abierto a todos y prestado a un precio razonable, así como las sentencias del Tribunal de Justicia de Luxemburgo muestran que los excesos que pudieron haberse cometido en determinado momento han sido corregidos hacia valores de utilidad general, justicia y solidaridad que acoge la noción de **servicio público**.

Debe mencionarse, finalmente, que el respeto de la Comunidad Europea al desarrollo de los sectores considerados como servicios públicos alcanza una protección especial que se refleja en la no-aplicación a dichos servicios públicos de la rigurosa normativa de Defensa de la Competencia y libertad de mercado que preside amplios espacios económicos y empresariales europeos.

En España, el servicio de mercado mayorista se ha configurado desde los años 50 como un servicio público, correspondiendo a las entidades locales (Ayuntamientos) la prestación de este servicio en las condiciones adecuadas de eficacia y transparencia comercial.

Desde un punto de vista de política económica, se consideró desde los comienzos al mercado mayorista como un factor clave para la modernización de las estructuras comerciales agroalimentarias, la elevación de la renta de los productores y la mejora de la calidad y regularidad en el abastecimiento a las crecientes aglomeraciones urbanas.

La experiencia de MERCASA muestra que la función de la red de mercados mayoristas excede el concepto de unidad de negocio. Lo contrario sería ignorar que el objetivo básico de los mercados mayoristas es proporcionar una distribución alimentaria en las

mejores condiciones de calidad, higiene y precio, quedando como objetivo subsidiario la obtención de un beneficio económico que permita amortizar las inversiones, mejorar las instalaciones y retribuir al capital. En otras palabras, habrá momentos en que sea necesario sacrificar rentabilidad económica a favor del interés general.

Para ilustrar los efectos inducidos por la gestión de los mercados mayoristas bajo el prisma del servicio público, a continuación se indican algunas de los beneficios observados en España desde la creación de la E. N. MERCASA.

INCIDENCIA EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

Sobre la transparencia de los mercados:

El sistema de información de precios de las Unidades Alimentarias permite conocer el estado general de la oferta y la demanda, los precios del conjunto de transacciones por productos o familias así como los volúmenes comercializados diariamente, de tal modo que el mercado funciona con "transparencia" y el ajuste de precios se adapta a la demanda real con máxima agilidad.

El conocimiento de los datos del mercado mayorista interesa a los restantes eslabones de la cadena alimentaria: productores, detallistas e, incluso, consumidores.

Al productor le permite decidir sobre a qué mercado le conviene destinar sus productos. Para el agricultor es esencial el conocimiento anticipado de la demanda potencial para programar sus variedades de cultivo y las cantidades que necesita producir. El mayorista conoce sus expectativas de volúmenes de comercialización y precios con un alto grado de aproximación. El detallista conoce con exactitud los precios cotizados el día anterior.

A la Administración Pública le permite conocer con detalle la evolución de los precios, qué mercados o zonas son los mejor abastecidos y cuales sufren escasez. Esta información debe servir a la Autoridad para tomar decisiones políticas para mejorar en lo posible el abastecimiento de la población. Incluso, en situaciones de emergencia (sequías, heladas, inundaciones, huelgas de transportistas, etc.) la información sobre oferta y demanda ayudará a controlar la escasez y evitar la especulación.

Sobre la formación de precios:

- **precios representativos:** las condiciones de formación de precios y de información permiten determinar precios representativos que sirven de referencia a otros mercados diferentes para esos mismos productos. Por tanto, el efecto sobre la formación de precios se extiende más allá de la Unidad Alimentaria
- **estabilidad de precios:** la transparencia del mercado evita posiciones dominantes del mercado tanto desde la oferta (monopolios, oligopolios) como desde la demanda (monopsonios, oligopsonios).

Sobre la calidad de los productos:

El mercado que se genera en las Unidades Alimentarias es un filtro para el cumplimiento de las regulaciones normalización y estandarización, de modo que el comprador no necesita ver físicamente el producto para conocer sus características técnicas (calibre, peso, tamaño), de calidad (normal, extra o extra superior) y organolépticas (gusto, olor, etc.).

Sobre los costes de comercialización (reparto, distribución):

Las Unidades Alimentarias se diseñan tanto física como funcionalmente, para que el abastecimiento y desabastecimiento de productos se realicen con el máximo ahorro de tiempo posible, con el consiguiente beneficio económico para mayoristas y detallistas. El ahorro de tiempo supone un ahorro de costes que actúa como incentivo a las empresas del sector agroalimentario para establecerse en las Unidades Alimentarias.

Otro aspecto que incide en la reducción de los costes de comercialización es el menor porcentaje de mermas que se producen en las Unidades Alimentaria (menos del 1%), cuando en los antiguos mercados urbanos oscilaban entre el 5% y el 20%. El menor índice de mermas se debe, fundamentalmente, a las mejores condiciones de trabajo, manipulación y almacenamiento que ofrece la red MERCASA.

Sobre la estabilidad en volúmenes de comercialización:

La experiencia de MERCASA demuestra que los operadores privados (productores, mayoristas y detallistas, fundamentalmente) se encuentran satisfechos con la función mayorista y logística que desempeñan las Unidades Alimentarias. Una consecuencia beneficiosa es la regularidad con la que acuden a estos mercados tanto los abastecedores como los compradores, manteniéndose unos volúmenes de comercialización diarios uniformes.

Esto permite que los mayoristas puedan planificar correctamente sus compras, lo que se pone de manifiesto por el hecho de que prácticamente el 85 % de las mercancías que entran diariamente en Mercamadrid son comercializadas en el mismo día.

Polo de atracción y concentración de oferta y demanda:

Las Unidades Alimentarias, a diferencia de los tradicionales mercados urbanos, incorporan a la pura función mayorista una función logística a través de servicios de muy diverso tipo como, por ejemplo, almacenes, frigoríficos, fábricas de hielo, elaboración de envases, procesos de envasado o embandejado, servicios bancarios, empresas de transportes, etc. Así, además de los mayoristas, operan otros servicios complementarios que significan un atractivo añadido para nuevos mayoristas. Esta concentración redunda en beneficio de la transparencia del mercado y de la representatividad de los precios.

INCIDENCIA MACROECONOMICA

Efecto antiinflacionista:

Las Unidades Alimentarias reúnen diariamente a un gran número de oferentes y de demandantes de cada producto, para un área de influencia que en muchos casos abarca zonas geográficas mucho más amplias que la ciudad o región en que se ubican. Por esta razón tanto compradores como vendedores consideran a las Unidades Alimentarias como mercados seguros, lo que provoca que a los abastecedores les resulte beneficioso enviar sus produc-

tos a ellas incluso a precios inferiores respecto de otros mercados menores y con mayor riesgo.

El papel de contención de precios que juegan las Unidades Alimentarias, gracias al gran número de oferentes y demandantes que reúne o, dicho con otras palabras, a las condiciones de competencia con que opera, influye positivamente en la estabilidad del nivel de inflación medio del país. En España, la inflación del componente alimentario en el período 1987-97 está por debajo de la inflación media del país.

Dada la importancia del gasto familiar en alimentación, especialmente en sectores de renta media-baja, se trata de un efecto de gran importancia social.

DESARROLLO URBANISTICO

Desaparición de actividades comerciales en los alrededores del mercado urbano:

La localización de las Unidades Alimentarias en el extrarradio de la ciudad, en un recinto cerrado y vigilado contrasta con los tradicionales mercados urbanos, constreñidos en su crecimiento que atraen alrededor de ellos, como satélites, en plena calle, a comerciantes que no encuentran espacio en el mercado o a otros que realizan actividades comerciales distintas a las de los mercados de alimentación: vendedores de flores, tabacos, golosinas, productos textiles.

Se evita así un deterioro del entorno urbano, pues desaparecen los efectos perniciosos para el tráfico urbano, la limpieza de las calles, la circulación de las personas, e incluso, en algunos casos, focos de delincuencia.

Disminución del tráfico en el interior de las ciudades:

Con el establecimiento de las Unidades Alimentarias todo el tráfico que genera el movimiento de abastecedores y desabastecedores se concentra en un punto geográfico apartado del centro de la ciudad, y se desarrolla en un espacio de tiempo muy concreto. El hecho de situarse fuera del casco urbano (lo cual evita que coin-

cida con flujos de tráfico generados por otras actividades) y de disponer de amplias instalaciones permite que los desplazamientos de los operadores discurran con fluidez.

Efecto medioambiental:

Reducción de la contaminación por ruidos y gases: la calidad medioambiental del aire y el nivel de ruidos en las zonas próximas a los mercados urbanos suponen una agresión medioambiental y un deterioro de la calidad de vida de los vecinos. Las circunstancias de ubicación y funcionalidad de las Unidades Alimentarias eliminan este efecto.

Estos efectos urbanísticos son especialmente interesantes para las ciudades que han tenido un crecimiento rápido que ha provocado problemas de congestión urbana.

