

Felipe Medina, Cadena Agroalimentaria de Asedas

“Es lógico que haya volatilidad en precios de origen y que surjan tensiones”

El responsable de Cadena Agroalimentaria en España defiende que esta entidad es una de las más eficientes del mundo, lo que permite que el consumidor pague en este país por el alimento seis puntos por debajo que la media de la Unión Europea

REDACCIÓN

Distribuidores, autoser-vicios y supermercados son quienes ponen a disposición del consumidor final la mayor parte de los productos que salen del campo, tras un trabajo esmerado del agricultor. Es el fin de un largo y apasionante camino. Felipe Medina es el responsable de la cadena agroalimentaria de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas).

-¿Cuál es el cometido de Asedas? ¿Y el de la sección de Cadena Agroalimentaria en la asociación?

-Asedas es la asociación que aglutina a las principales cadenas de supermercados, basadas en una red de más de 18.000 tiendas que trabajan el formato de proximidad. Estas empresas, que hoy suponen el 67% de la superficie de venta de alimentación en nuestro país, lideran la distribución de

La asociación aglutina a más de 18.000 tiendas que trabajan en el formato de proximidad

alimentos en España. El cometido principal de la Asociación es defender los intereses de estas compañías en todos los ámbitos: el europeo, el estatal, el autonómico e incluso el local.

Desde el departamento de Cadena Agroalimentaria gestionamos las relaciones institucionales en todos los ámbitos de la cadena, incluyendo tanto las administraciones públicas como el conjunto de asociaciones e instituciones relacionadas



con el sector.

-¿Qué papel desempeña usted como responsable de esta Cadena Agroalimentaria en la asociación?

-Mi papel fundamental es la representación y defensa de los intereses de las empresas de Asedas en el ámbito de la Cadena Agroalimentaria. Para ello, además de pertenecer a Eurocommerce (patronal europea del comercio) y CEOE, tenemos una red de asociaciones territoriales con presencia en todas las comunidades autó-

nomas, a las que también damos soporte en Asedas.

-Antes trabajó en COAG, una organización agraria que se distingue por ser reivindicativa con los derechos de los agricultores. ¿Ahora estar con la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados supone mucho cambio respecto a sus cometidos?

-Los cometidos son algo diferentes, pero hay también aspectos coincidentes. En ambas organizaciones el tra-

bajo consiste en la representación de unos intereses legítimos y, en muchas ocasiones, coincidentes.

Ambas organizaciones se desenvuelven en el ámbito agroalimentario y tienen el servicio al consumidor como uno de sus ejes principales. Conquistar diariamente al consumidor, al que agricultores y supermercados prestan servicio, es una labor de gran dificultad que se ha de desarrollar con mucho esfuerzo y colaboración entre todos los eslabones de la cadena.

-Hay agricultores y organizaciones agrarias que responsabilizan a intermediarios y supermercados cuando no consiguen la rentabilidad que esperaban. ¿Cuál es la versión de Asedas?

-Los supermercados de Asedas desarrollan su actividad en un entorno extremadamente competitivo, que hace que los márgenes en este sector sean muy pequeños y no se parezcan en nada a los de otros sectores.

Los españoles tenemos acceso diario a alimentos de gran calidad, seguros y a pocos metros de nuestros hogares. Además tenemos una gran oferta de proximidad, en la que podemos elegir entre una gran cantidad de firmas y establecimientos. Eso genera una gran

“Castilla y León tiene gran potencial en muchas producciones y una situación estratégica”

competencia. Solo cadenas de valor compartido, basadas en relaciones comerciales estables y la colaboración ágil entre los distintos eslabones, permiten responder a las demandas de los consumidores de forma eficiente.

Los agricultores tienen empresas al aire libre cuyo rendimiento depende de numerosos factores, incluidos los climatológicos. Es lógico que exista volatilidad de precios en origen, y que cuando no se vean colmadas las expectativas, surjan las tensiones. Ocurre en todas las empresas. En cualquier caso, el sector debe hacer un esfuerzo por no trasladar

una visión tan negativa y alejada de la realidad sobre su funcionamiento. El injustificado ruido que ha existido en los últimos meses en relación con las berenjenas y los calabacines ha tenido graves consecuencias sobre el consumo y la confianza de los propios consumidores en todos nosotros. Tenemos que aprender de los errores.

-¿Hay alguna fórmula para que todos los eslabones de la cadena, que va desde el productor hasta el vendedor final, posibilite a cada uno obtener todo el beneficio que le corresponde?

-Por supuesto. De hecho hay muchos ejemplos en nuestro país. El problema es que son invisibles, porque no se habla de ellos.

Nosotros las llamamos, como decía antes, cadenas agroalimentarias de valor compartido. Las claves son las relaciones estables a largo plazo, proyecto y objetivos compartidos y, sobre todo, confianza mutua para servir cada día al consumidor de la mejor manera posible.

-¿Qué le parece el trabajo que realiza la Agencia de Información y Control Alimentarios? ¿Es ahora eficaz o usted modificaría en algo sus funciones y procedimientos?

-El trabajo de la Agencia es complejo, porque aplicar una regulación nueva, en un sector tan diverso y heterogéneo no es fácil. No estamos de acuerdo, por ejemplo, con que se someta a una presión y un control excesivo a las empresas solo porque exista un problema de mercado externo como ocurrió con el veto ruso o de precios en origen, en productos con problemas estructurales ajenos a las relaciones comerciales.

Tampoco compartimos que se ponga el foco de la actividad inspectora en aquellos productos de precios más bajos. La Ley debe ser igual para todos y las empresas tienen la obligación de basar su estrategia en modelos de negocio diferentes para poder competir. No tiene sentido someter a mayor presión a unas empresas respecto a otras por esa cuestión.

-¿Paga siempre el consumidor lo que valen los productos agroalimentarios que adquiere en su tienda



“Relaciones estables con distribuidores e industrias pueden aislar de vaivenes de precios del mercado”

o son más caros de lo debido? ¿Por qué?

-El factor precio es uno de los que determina la elección de establecimiento por parte del consumidor.

La Cadena Agroalimentaria en España es una de las más eficientes del mundo, lo que permite que el consumidor pague unos precios por los alimentos mucho más bajos que la media de la Unión Europea, en concreto, seis puntos menos, según el barómetro de Eurostat. La competitividad es tan elevada que los precios y márgenes están ajustadísimos.

-La red de distribución y los establecimientos de venta ¿suponen una garantía sanitaria y de calidad de los productos?

-La seguridad alimentaria es un tema muy serio que se trabaja de forma muy exhaustiva en todos los eslabones de la cadena. Pero, sobre todo, es una gran conquista del consumidor que, por desgracia, no se valora suficiente. Gracias al trabajo de muchas personas, los españoles podemos realizar la

compra con absoluta confianza en los productos que consumimos.

-¿Cuáles son las exigencias de distribuidores, autoservicios y supermercados con los agricultores, en lo que se refiere a los productos que le adquiere para ponerlos después al alcance del consumidor?

-Los distribuidores necesitan proveedores que les garanticen un suministro estable de producto y en condiciones homogéneas. Hoy en día, las compras que los distribuidores realizan directamente a los agricultores apenas supone el 30% de sus ventas. Como digo, necesitamos proveedores que garanticen estabilidad en el suministro, flexibilidad para responder a las demandas y necesidades de los consumidores y un precio competitivo.

-¿Tiene Castilla y León alguna diferencia con el resto de Comunidades españolas?

-Cada región es diferente. Castilla y León tiene un gran potencial en muchas producciones y una situación estratégica en el corazón de España que facilita mucho la logística y el transporte de sus productos agrarios. El sector industrial alimentario existente en esta Comunidad es de los más importantes de España.

-¿Este sistema es eficaz?

“Quien determina los productos que hay en el lineal de un supermercado es el consumidor”

¿Está todo regularizado mediante contrato?

Debería estarlo. Desde la publicación de la Ley de la Cadena en 2013 ningún agricultor debe entregar su producto sin haber formalizado un contrato previo en el que se indique el precio que va a percibir por su producto. Sólo en el caso de los socios de cooperativas, al no tratarse de una relación comercial, puede existir la excepción.

-Cite algunos ejemplos significativos de estas condiciones.

-La Ley establece un contenido mínimo de los contratos, que debe ser igual para todos. Se trata de cumplir unas condiciones básicas.

-¿Es la relación entre oferta y demanda, condicionada por el precio, lo determinante para que los lineales tengan productos procedentes de un lugar u otro? ¿Cómo afecta esto a los productores locales?

-Quien determina los productos que hay en un lineal de un supermercado es el

consumidor. Si éste demanda productos locales, las empresas buscan la forma de satisfacer su demanda. Es su principal labor. La gran variedad de empresas, formatos y tipos de establecimiento existente en España hace que existan oportunidades para todos, sean pequeños o grandes.

-Hay temporadas en que en esta Comunidad la patata, por citar un producto, vale muy poco y se inunda después el mercado con las de origen francés. ¿Hay solución para casos como este?

-Por supuesto. Las soluciones pasan por vertebrar y organizar mejor el sector y, sobre todo, por buscar relaciones estables con industrias y distribuidores para aislarse de los vaivenes de precios del mercado. En Castilla y León hay grandes ejemplos en los que fijarse, que todo el mundo conoce.

-El agricultor castellanoleonés, ¿planifica sus cultivos teniendo en cuenta qué demandan el consumidor final y los supermercados? ¿Debería tener el productor esto más en consideración?

-Ese es precisamente el objetivo que perseguimos. En nuestra opinión, debemos dejar de consumir lo que se produce para producir lo que se consume. La colaboración entre eslabones en cadenas de valor compartido es, para nosotros, la mejor vía de conseguirlo.

-La distribución y los autoservicios y supermercados aseguran que tienen que soportar gastos y que no encarecen los productos agroalimentarios. ¿Es consciente de esto el agricultor? ¿Cómo le convence usted de ello?

-En mi opinión, el agricultor profesional y formado es absolutamente consciente. Detrás de un tomate expuesto en el lineal de una tienda hay mucho trabajo de un gran número de personas.

Desde los obtentores de variedades hasta la persona que cobra en la caja del supermercado, imagine la cantidad de trabajo y el número de personas que hay detrás de esto. Todos los que trabajamos en este sector lo tenemos muy claro, los agricultores también lo conocen.