

50 años de Mercasa. Mirando al futuro, un paso por delante

Eduardo Ameijide y Montenegro
Presidente de Mercasa

Me ha correspondido siendo presidente de Mercasa conmemorar el 50 aniversario de la empresa. Mi experiencia en esta responsabilidad está siendo muy enriquecedora, personal y profesionalmente, y por tanto considero un orgullo y una satisfacción poder impulsar en 2016 el reconocimiento público de una iniciativa empresarial e institucional que arrancó hace cincuenta años y que ha tenido una trascendencia notable para la sociedad española.

Mercasa fue en su origen uno de los ejemplos más evidentes del esfuerzo de modernización económica y social que supusieron los planes de desarrollo de los años sesenta.

Los impulsores del proyecto en ese momento diseñaron un modelo que, vistos los resultados cincuenta años después, tuvo visión de futuro y una gestión adecuada para complementar la labor del Estado con la responsabilidad de los ayuntamientos; generando entornos de actividad económica y empresarial con repercusión directa en el conjunto de la sociedad.

El reto inicial fue sustituir los viejos mercados centrales en las principales ciudades –sin las debidas garantías sanitarias, incómodos y molestos para los usuarios– por instalaciones modernas y con capacidad de evolucionar hacia el futuro.

El Estado aportó a través de Mercasa los recursos económicos. Los ayuntamientos, responsables de garantizar el abastecimiento de las poblaciones, facilitaron los terrenos necesarios, ubicados generalmente en localizaciones que se anticiparon a la modernización de infraestructuras que se generalizó unos años después en toda España. Y los empresarios mayoristas que operaban en los viejos mercados centrales –asentadores, se decía en ese momento– se trasladaron, no sin tensiones en algunos casos, a las nuevas instalaciones de las Mercas, asumiendo su propio reto de modernización empresarial.

Las Mercas se fueron extendiendo por España, en su mayoría entre los años setenta y primeros ochenta, configurando así una estructura en red que modernizó el servicio público a mayoristas y detallistas, con instalaciones que garantizaban en última instancia a los consumidores, destinatarios finales de todo este engranaje, un abastecimiento cada vez más seguro en todos los sentidos, con más variedad y calidad en los alimentos frescos.

Unas instalaciones que fueron incorporando nuevas actividades complementarias al comercio mayorista: logística, frío, envasado, manipulado, transformación, servicios comerciales, autoservicios mayoristas de alimentación no perecedera, plataformas de distribución, etc., hasta configurar el formato de Unidad Alimentaria.

Las Mercas mostraron así su flexibilidad para adaptarse al fuerte ritmo de cambio de las estructuras comerciales en España en todos los ámbitos, y sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo entre estructuras comerciales mayoristas y detallistas de todos los tamaños y formatos.

Así llegamos a una realidad actual, en el 50 aniversario de Mercasa, muy diferente a la foto fija de sus orígenes, con unos activos materiales e inmateriales que son, en la práctica, una base muy sólida para afrontar el futuro.

Porque si algo nos preocupa en este 50 cumpleaños es garantizar una larga vida de éxitos al servicio que prestamos Mercasa y las Mercas, cuyo sentido sigue siendo hoy tan válido y necesario como al principio, adaptado a la realidad de cada momento.

En el principio de nuestra trayectoria se hablaba de abastecimiento, término que forma parte incluso de nuestra denominación societaria (Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A.).

Hoy hablamos de cadena alimentaria. Y de la necesidad asumida por todos, con responsabilidades públicas o privadas, de caminar juntos hacia una mayor vertebración y equilibrio, ante la evidencia de que solo así seremos todos más útiles y eficientes, y más rentables económica y socialmente en el desarrollo de nuestras actividades.

Por ello, en los últimos años hemos impulsado desde Mercasa un amplio debate sobre la Merca del futuro.

No podemos limitarnos a vivir de los éxitos del pasado o la placidez del presente. Debemos evolucionar, en tanto que estructuras comerciales al servicio de la cadena alimentaria, y debemos contribuir, una vez más, a impulsar el progreso paralelo hacia el futuro de los actores empresariales que operan en nuestras instalaciones: vendiendo, comprando o prestando servicios a los operadores de todo tipo.

A lo largo de su historia, Mercasa ha estado siempre presente, como actor principal, en los grandes cambios de la distribución y el consumo alimentario. Y siempre ha estado en vanguardia de los acontecimientos.

Y ahora volveremos a estarlo. Reconceptualizando las Mercas hacia un modelo de plataforma de servicios logísticos para la distribución, la restauración y el consumo institucional; incluyendo alimentos frescos y no perecederos. El objetivo es pasar de un concepto de demanda a otro de oferta.

Un modelo de Merca capaz de satisfacer las necesidades actuales y futuras del comercio especializado, las cadenas de supermercados e hipermercados, la restauración individual y organizada, las empresas de comercio electrónico, etc.

Este proceso iniciado ya hacia la Merca del futuro solo será posible con la colaboración entre Mercasa y los ayuntamientos respectivos, socios en cada Merca, y el compromiso firme del colectivo de empresas mayoristas y de servicios ubicadas en sus instalaciones, de cuyo futuro estamos hablando en definitiva cuando hablamos de la Merca del futuro.

Sin olvidar que este nuevo modelo de Merca se enmarca también en los objetivos estratégicos generales de Mercasa para los próximos años.

En este ámbito se incluye el impulso para favorecer una mayor presencia en las Mercas de alimentos y bebidas con denominación de origen, como plataforma nacional hacia una proyección comercial en el mercado internacional.

Destacando, asimismo, el diseño de un modelo avanzado de establecimiento detallista especializado en alimentos frescos, puesto a disposición de los comerciantes actuales o futuros, como una referencia válida en la que soportar su apuesta empresarial, dentro de un mercado cada vez más competitivo, ya sea con comercios similares o con el resto de formatos de mayor superficie y dimensión.

Pero Mercasa, a lo largo de su historia, ha sido algo más que la red de Mercas, intentando cumplir la función que se establecía ya en el artículo 2 del decreto de creación de la empresa, cuando hablaba de «contribuir con su actuación al mejoramiento del ciclo de comercialización de los artículos alimenticios».

Por ello, en el 50 aniversario de Mercasa es de justicia destacar también las múltiples actividades desarrolladas por la empresa con ese objetivo. A destacar, entre otras:

- La creación de centros comerciales de proximidad en nuevos desarrollos urbanos en los años ochenta, donde no llegaba en ese momento la iniciativa privada, que fueron previos al boom de este tipo de equipamientos en España.
- La colaboración con ayuntamientos y comerciantes en múltiples proyectos de modernización de mercados municipales, apostando por un nuevo formato, combinando comercio y restauración, que ahora está siendo reivindicado por los consumidores.
- La actividad internacional, exportando la experiencia adquirida en España hacia aquellos países que han ido abordando la modernización de sus estructuras comerciales.

La gestión del conocimiento, la información y la cultura alimentaria, puestos al servicio de la cadena alimentaria y el conjunto de la sociedad.

Unas actividades que Mercasa ha ido abordando a lo largo de los años, gracias al impulso de sus accionistas, los sucesivos presidentes y directivos de la empresa, y sobre todo del colectivo de trabajadores y trabajadoras de Mercasa, técnicos y administrativos, que han sido y son la base del verdadero conocimiento acumulado por la empresa y su mejor activo para cumplir con su misión.

Buena prueba de ello es el contenido de este libro conmemorativo del 50 aniversario de Mercasa.

No hemos querido con él hacer un relato cronológico de acontecimientos ni hechos relevantes. Nuestro objetivo, más bien, es reflejar en sus páginas, en los textos y en las imágenes, el resultado del trabajo de Mercasa, directo e inducido; porque, con menor o mayor fortuna, nada de ello habría sido posible sin el espíritu de colaboración público-privada que inspira todo el proyecto de Mercasa desde su creación.

Así lo reflejan también los artículos elaborados para este libro por los presidentes de Mercasa en diferentes etapas: Carlos Cortés, Jesús Prieto, Miguel Ramírez, Javier de Paz e Ignacio Cruz. Dejando constancia del pesar por la ausencia de los ya fallecidos, el primer presidente ejecutivo que tuvo la empresa, José García de Andoaín, además de Julián Arévalo y Roberto Dorado.

A todos ellos debemos agradecer su compromiso con el progreso de Mercasa cuando estuvieron al frente de la empresa.

Y al colectivo actual que trabaja en Mercasa, como a todos los directivos y trabajadores de las Mercas, y al complejo entramado empresarial y laboral vinculado a ellas, les animo a apostar con fuerza por el futuro.

A volver a estar, como siempre hemos estado, un paso por delante.