

Ediciones de Horticultura, S.L.
colabora en:

HortiMedia Europe Group



www.hortimedia-europe.com

Internet Society



Sociedad Española
de Ciencias Hortícolas



Asociación de Ingeniería Agronómica

AGRO.
Ingeniería

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE
AGROINGENIERÍA

Asociación Española de Arboricultura

Agroprés,
Associació de periodistes
i escriptors agraris

AIPET, Asociación Iberoamericana
de Periodistas Especializados
y Técnicos

Asociación Usuarios de Internet

CEPLA, Comité Español
de Plásticos en Agricultura

CIPA, Comité Internacional
de Plásticos en Agricultura

Asociación Española
de Garden Center

En el comercio hortícola ¿nos seguirán sacando las castañas del fuego?

Volver de un viaje es siempre un momento especialmente adecuado para la reflexión. Cuando vas, tus ideas, tus pensamientos se dirigen hacia el objetivo del viaje. Cuando vuelves nada te apremia y las sensaciones, los pensamientos fluyen libremente alentadas por las experiencias vividas. Por eso suele ser más fácil que aparezcan entonces, las corazonadas, los presentimientos sobre todas las facetas de nuestra vida.

Cuando escribo este artículo me encuentro de regreso de Polonia, donde estoy ayudando a una empresa exportadora de nuestro sector a reposicionarse. Quiero referiros una de las anécdotas de este viaje porque refleja muy bien la situación actual del sector. He visitado una delegación de ventas y me he entrevistado con su gerente. Al presentarle mi versión de la situación, simplemente no me daba crédito, al soportarla con datos incuestionables se ha quedado en estado de shock. No puede entender que a pesar de todos los esfuerzos, a pesar de actuar con honradez y honestidad personal y comercial los resultados no acompañen.

No es la primera vez que me encuentro ante una situación como ésta. Intentas hacer las cosas bien y los resultados no acompañan. No entiendes cómo tu competencia gana terreno, mientras tú retrocedes. Sabes que las cosas no pueden seguir así, pero no sabes qué hacer ni por dónde empezar. Simplemente la forma que tenías de hacer las cosas, antes funcionaba y ahora no. Nos enfrentamos una vez más a la gestión del cambio.

El mercado de los países recién incorporados a la CEE ha evolucionado muy rápidamente. Los grandes operadores de la distribución, obsesionados por alcanzar una mayor cuota de mercado, ven en los países emergentes una oportunidad para recuperar terreno y se lanzan a una carrera imparable por la cobertura territorial. El consumidor observa asombrado cómo proliferan centros comerciales, grandes superficies y la capilaridad de las redes de los supermercados medianos. Tras ellos, dos consignas perseguidas desde hace tiempo por los operadores: unir ocio a compra, y hacer la compra fácil, cómoda y agradable. Una fórmula que acaba a grandes zancadas con el comercio tradicional. En apenas unos años, desde la presencia cero, el 80% de las ventas se realiza a través de las cadenas de distribución.

El impacto de este cambio sobre el canal de distribución desde origen es sobrecogedor. Las grandes empresas importadoras que sobrevivían al amparo de las dificultades arancelarias quiebran o cambian de negocio con celeridad, mientras sus proveedores se ven obligados a rehacer su política comercial, si su situación financiera se lo permite, para adaptarse a la nueva situación.

Los productores, generalmente fieles a un exportador asistente, inermes, a un cambio de la situación que se vive con desconcierto. Cambian las necesidades del consumidor, desaparece la posibilidad de comercializar segundas, deben buscar nuevos exportadores, deben acostumbrarse a aceptar reclamaciones cuando antes no las había, y lo peor de todo, nadie les explica nada, no entienden nada y no saben qué hacer. Saben que el difícil equilibrio de destinar cada parte de la producción al mejor postor se ha roto y hay que volver a rehacerlo, sin saber cómo. Acostumbrados a esperar que toquen a su puerta para comercializar su producción, siguen esperando y nada de esto ocurre. Todo es tirar balones fuera: la competencia, el intermediario, los supermercados, etc. son los culpables, cuando si miramos dentro de nosotros mismos, el problema es que estamos acostumbrados a que nos saquen las castañas del fuego.

Desde aquí, quiero hacer un llamamiento para que los productores tomen las riendas de su destino, que asuman que todo lo que ocurre fuera les afecta, y mucho, dentro de su propia empresa o cooperativa. Sólo asumiendo esta responsabilidad estaremos, con la experiencia ganada, en condiciones de anticiparnos a las consecuencias que, ineludiblemente, todos los acontecimientos que se producen en el mercado tienen.

David Martin
david.martin@coev.com

