

Leal Londoño, María del Pilar

Análisis de la planificación y gestión del sistema de abastecimiento y distribución mayorista de
alimentos en Barcelona y su área metropolitana (1971-2008)

Cuadernos de Geografía - Revista Colombiana de Geografía, vol. 20, núm. 2, julio-diciembre, 2011,
pp. 35-50

Universidad Nacional de Colombia
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281821988004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Análisis de la planificación y gestión del sistema de abastecimiento y distribución mayorista de alimentos en Barcelona y su área metropolitana (1971–2008)*

Análise da planificação e gestão do sistema de abastecimento e distribuição atacadista de alimentos em Barcelona e sua área metropolitana (1971–2008)

Analysis of the Planning and Management of the Food Supply and Wholesale Distribution System in Barcelona and its Metropolitan Area (1971–2008)

María del Pilar Leal Londoño**

Universidad de Barcelona, España

Resumen

El artículo identifica y valora los aspectos que estructuran la planificación y la gestión del sistema de abastecimiento, y la distribución mayorista de alimentos en Barcelona; así como los factores que han permitido su crecimiento y consolidación como una de las centrales mayoristas de alimentos más importantes del sur de Europa. A partir de este análisis, se pretende determinar si es posible adaptar este sistema a otros territorios. Para lograrlo, se realizó la revisión documental y estadística de la entidad, desde su creación hasta el año en el cual se desarrolló esta investigación: 1971-2008. Dicha información se complementó con la observación directa de sus actividades.

Palabras clave: abastecimiento y distribución mayorista, alimentos, gestión pública, Mercabarna, planificación territorial.

Resumo

Este artigo identifica e avalia os aspectos que estruturaram a planificação e a gestão do sistema de abastecimento e a distribuição atacadista de alimentos de Barcelona; assim como os fatores que têm permitido seu crescimento e consolidação como uma das centrais atacadistas de alimentos mais importante do sul da Europa. A partir desta análise, se pretende estudar a possibilidade de adaptar este sistema a outros territórios. Para isso, foi realizada uma revisão documental e estatística da entidade, desde a sua criação até a data limite desta pesquisa: 1971-2008. Tal informação foi complementada com a observação direta de suas atividades.

Palavras-chave: abastecimento e distribuição de alimentos por grosso, gestão pública, Mercabarna, ordenamento do território.

Abstract

The article identifies and assesses the planning and management of the food supply and wholesale distribution system in Barcelona, as well as the factors that have allowed for its growth and consolidation as one of the most important wholesale food markets in southern Europe. On the basis of this analysis, the article discusses whether it is possible to adapt this system to other territories. The study involved a documentary review of the entity since its creation until the year the research project was carried out: 1971-2008. That information was supplemented with direct observation of the entity's activities.

Keywords: supply and wholesale distribution, food, public management, Mercabarna, territorial planning.

RECIBIDO: 11 DE ENERO DEL 2011. ACEPTADO: 22 DE JUNIO DEL 2011.

Artículo de investigación sobre los aspectos de planificación, gestión del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de la central mayorista Mercabarna en Barcelona y su área metropolitana.

* Este trabajo hace parte del proyecto de investigación desarrollado para optar al título de Máster Oficial en Planificación Territorial y Gestión Ambiental por la Universidad de Barcelona. Una versión preliminar de este artículo fue publicada en las memorias del VI Congreso Internacional de Ordenación del Territorio-Pamplona, octubre 2010.

** Dirección postal: C/Montalegre, 6 - 8 despacho 3120, CP 08001, Barcelona - España.
Correo electrónico: mpilarleal@ub.edu

Introducción

En la ciudad de Barcelona se ha venido realizando un acertado ejercicio de distribución mayorista de alimentos gracias, entre otras cosas, a su estratégica ubicación geográfica y a una adecuada planificación. Este caso sirve de referencia a diversos territorios que se encuentran en fases similares o previas de modernización de sus mercados mayoristas en el marco de un contexto globalizado. El emplazamiento de Mercabarna, la central mayorista de alimentos de Barcelona, y su área metropolitana, aparece como el resultado de un proceso de planificación urbana que responde a teorías de localización espacial y a postulados como los planteados por Cyert y March (1992, 101) quienes indican que las decisiones de localización de una empresa responden a múltiples objetivos y, por tanto, no son tomadas de manera aleatoria.

Evaluar la planificación, gestión del sistema de abastecimiento y distribución mayorista de alimentos de esta ciudad y su área metropolitana requiere llevar a cabo un análisis sobre la implementación, funcionamiento del modelo y las transformaciones sufridas a lo largo del tiempo transcurrido desde su establecimiento hasta la actualidad. Este proceso se adelantará con el fin de conocer cuál ha sido el direccionamiento y cuáles son los elementos clave empleados por los agentes encargados de llevar a cabo la ordenación y planificación del sistema. Es de recordar que, sobre este sistema, han intervenido diversos aspectos tales como: las políticas europeas en materia de alimentos, los planes estratégicos metropolitanos desarrollados para la ciudad de Barcelona entre

los años 1990 y 1999, las redes de transportes y comunicaciones, los nuevos equipamientos comerciales, el uso cada vez más frecuente e imprescindible de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), entre otros.

El análisis de dicho proceso permitirá generar respuestas relacionadas con el mejoramiento del sistema, lo cual implica hacer frente a los constantes procesos de reconvertión y cambio, tanto social como morfológico, dados en una ciudad como Barcelona¹. Este estudio de caso busca contribuir a la reflexión en torno a la necesidad de replantear un sistema de distribución mayorista de alimentos sobre cualquier otro territorio que experimente cambios demográficos, morfológicos, económicos o ambientales.

Ámbito territorial

El área metropolitana de Barcelona, de acuerdo con la Diputación de la ciudad, es el ámbito territorial compartido por Barcelona y los treinta y seis municipios aledaños que ocupan un espacio geográfico de 635,8 km²; espacio en el cual habitan, de

acuerdo con los datos de población (Instituto Nacional 2011), 3.150.380 personas y cuya densidad es de 4.955 hab/km².

La principal actividad económica se registra en el sector de servicios que representa el 77,4% del total, seguida con el 14,1% del sector industrial. La estructura productiva del área metropolitana muestra una especialización terciaria más grande que el conjunto de Cataluña, gracias a la evolución entre los años 2002 y 2007 para todos los ámbitos. El peso de la industria y de la construcción ha disminuido con el tiempo. El lento crecimiento experimentado en Barcelona y su área metropolitana en los últimos años ha supuesto un ritmo más bajo de creación de la ocupación con relación a los años anteriores.

La unidad alimentaria Mercabarna se encuentra geográficamente ubicada en las coordenadas 41° 19' 48" de latitud norte y 2° 6' 53" de longitud este (figura 1), es decir, se encuentra ubicada en la provincia de Barcelona y pertenece, administrativamente, a la Comunidad Autónoma de Cataluña ubicada al norte de España, en límites con Francia.

Gracias a su ubicación geográfica, Mercabarna se encuentra próxima a las grandes infraestructuras de la ciudad, tales como el aeropuerto del Prat de Llobregat y el puerto de Barcelona. Asimismo, cuenta con principales vías de acceso dentro de las cuales se encuentran la Ronda Litoral, el paseo de la Zona Franca, la vía hacia el aeropuerto del Prat (B250) y el de Tarragona, y la vía C21. Su emplazamiento le permite conectarse no solo con toda la ciudad y España, sino también con el resto de Europa y el mundo.

¹ De acuerdo con Sánchez (1997, 402), Barcelona como ciudad responde al concepto de un territorio sobre el cual se ha producido un proceso de urbanización; su crecimiento como urbe a lo largo de los años ha comportado una expansión de las relaciones, infraestructuras y servicios urbanos que no han logrado conformar un único territorio. En ella, se extiende la ciudad difusa que no es campo ni ciudad; en las últimas tres décadas el conjunto de la superficie urbana ha aumentado desmesuradamente y especialmente en la costa: solo entre 1975 y 1995 se consumió más del doble del espacio que en los dos milenios precedentes.

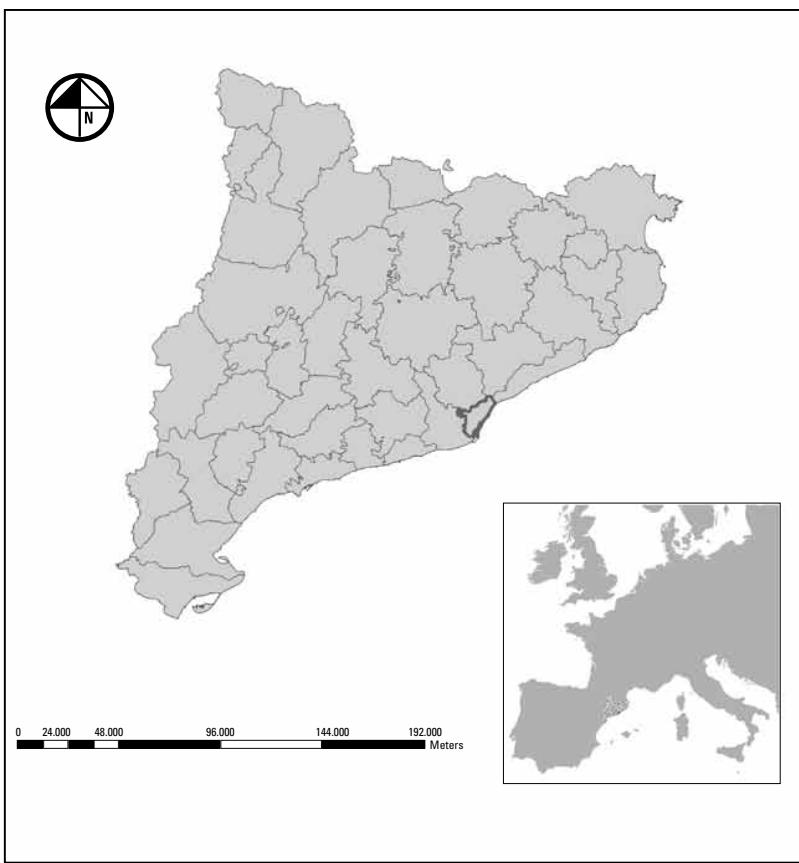


Figura 1. Ubicación espacial de Mercabarna en el contexto geográfico Europeo.
Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Cartográfico de Cataluña, 2011.

Metodología

La revisión bibliográfica se llevó a cabo a partir de la recopilación estadística y documental proporcionada por Mercabarna en las memorias de actividades y estadísticas para los mercados centrales de frutas, hortalizas y del pez, disponibles durante el periodo comprendido entre 1971 y 2008. La investigación permitió reunir información desde su creación hasta el año en el cual se desarrolla este trabajo. Dicha información fue complementada, principalmente, con referencias bibliográficas disponibles en las bibliotecas de las entidades públicas. Los criterios empleados para la selección

de la información fueron dos: a) que fuesen documentos históricos relacionados con la gestión de la entidad y la planificación del territorio, y b) que permitiesen realizar un análisis evolutivo para el periodo de estudio.

La información secundaria fue complementada con un trabajo de campo en Mercabarna, donde se observó directamente el funcionamiento de esta entidad. Se realizaron dos visitas con grupos organizados, una entrevista con el secretario del gremio mayorista del Mercado Central del Pez y se aplicaron cinco encuestas a empresas sugeridas desde la oficina de atención al comprador.

El sistema de distribución de alimentos: una aproximación conceptual

Como parte del sistema de distribución comercial de alimentos se encuentra la distribución mayorista. Por lo tanto, al hablar de la relación ciudad-sistema, resulta pertinente abordar los planteamientos de Milton Santos, quien afirma que “el espacio es un sistema o un sistema de estructuras” (1986, 5). Para Santos, es necesario realizar un análisis de un espacio dado no solo a partir de los elementos que lo componen, sino también a partir de la relación existente “entre las cosas”, pues esto permite “realmente conocerlas y definirlas”. Los hechos aislados resultan ser abstracciones cuya concreción depende de la relación que mantienen entre sí.

Los componentes de abastecimiento, distribución y consumo de alimentos que conforman el sistema se encuentran relacionados entre sí, determinados, por supuesto, por la oferta y la demanda. Santos indica que “los diversos elementos del espacio están en relación unos con otros” (1986, 7); por esta razón, y para la presente investigación, este espacio (físico o virtual), que permite el intercambio de productos alimenticios entre la oferta y la demanda, no presenta una relación solamente bilateral: sus relaciones son generalizadas. En palabras de Santos, “esas relaciones no se producen entre las cosas en sí o por sí mismas, sino entre sus cualidades y atributos, por lo tanto puede decirse que forman un verdadero sistema” (1986, 7).

De esta manera cada sistema presenta, a su vez, subsistemas correspondientes a un “subespacio y a un sistema mayor que lo com-

prende, correspondiente al espacio" (Santos 1986, 5). Para el caso sobre el cual se concentra el presente estudio, el sistema general parte de la distribución mayorista representada en la Unidad alimentaria² quea su vez contiene subsistemas plasmados en mercados centrales (frutas y verduras, carnes, pescado y alimentación polivalente). Posteriormente, estos subsistemas se disgregan en el continuo urbano a partir del subsistema de distribución minorista regido por reglas que le permiten adaptarse al espacio sobre el cual actúa.

En la aplicación del concepto de sistema, los Sistemas de Abastecimiento y Distribución de Alimentos —en adelante, SADA— son “complejas combinaciones de actividades que permiten a las poblaciones de las ciudades satisfacer sus requerimientos alimentarios” (Aragrande y Argenti 2001, 1).

Dichas acciones son desempeñadas por diferentes actores, tales como: productores, acopiadores, importadores, transportistas, tenderos, proveedores de servicios (logística de distribución, crédito, asesoramiento comercial y legal, etc.) e instituciones públicas y privadas. Para autores como Stagl (2001), los sistemas de distribución presentan cuatro características dominantes: la concentración de capital, la independencia temporal y espacial, la dependencia de los símbolos y la confianza en expertos del sistema (citado en Feagan 2007, 25).

Además, para el correcto desempeño de las funciones de los actores, se requiere infraestructura, equipos, servicios, leyes y reglas formales e

informales que rijan sus decisiones. Según Aragrande y Argenti, esta definición se relaciona con el concepto de sistema, pues cada elemento influye sobre otros como en un sistema de causa y efecto, y de relaciones recíprocas (2001, 1). Para la Food and Agriculture Organization (FAO), un SADA está compuesto a su vez por dos subsistemas:

1. El subsistema abastecimiento de alimentos en las ciudades que incluye todas las actividades necesarias para producir alimentos y llevarlos a las mismas.
2. El subsistema distribución urbana de alimentos el cual incluye todas las actividades formales, informales, tradicionales y modernas, necesarias para distribuir alimentos dentro del área urbana (Aragrande y Argenti 2001).

En la actualidad, la conceptualización basada en la teoría de sistemas aplicada al abastecimiento y distribución de alimentos recoge otro tipo de planteamientos como el concepto de “cuena alimentaria” o *foodshed*. Este término es retomado por Kloppenburg, Hendrickson y Stevenson (1996, 37), quienes a partir de la comparación de estos sistemas con cuencas hidrográficas como espacios socio-geográficos, reconstruyen la geografía de los sistemas alimentarios al incorporar decisiones políticas y sociales en los alimentos, las cuales son orientadas dentro de espacios específicos delimitados). Para los autores, el concepto de sistema alimentario no solo debe replantearse sino también debe trascender ya que un sistema puede estar en cualquier lugar, pero una cuena alimentaria recuerda que el abastecimiento y distribución de alimentos se desarrolla en un lugar determinado.

Con base en lo anterior, el abastecimiento y la distribución en Mer-

cabarna podrían explicarse también bajo el concepto de cuena alimentaria, donde la cuena como espacio físico que sería Mercabarna posee una serie de elementos sobre los cuales se desarrolla la función comercial. Dichos elementos pueden ser llamados sustratos, los cuales corresponderían a los elementos biogeográficos de la cuena (suelo, vegetación, recurso hídrico, etc.). Para el caso de Mercabarna, el mercado del pez, de frutas y hortalizas, de carnes y el pabellón polivalente actúan, principalmente, como sustratos: sin ellos no se podría desarrollar el ejercicio de distribución comercial. Sin embargo, bajo el principio de proximidad de las cuencas alimentarias la distribución comercial desarrollada en Mercabarna no se podría explicar si se piensa en el consumidor final como beneficiario de dicha proximidad, principio que se desvirtuaría.

Para el caso del presente artículo resulta importante conocer el surgimiento y la forma como operan los mercados de distribución mayorista en Europa. Por esta razón, en el siguiente apartado se esboza de una manera sintética el funcionamiento del modelo de distribución mayorista de alimentos que caracteriza a Mercabarna.

El modelo de distribución mayorista en Europa

De acuerdo con Caldentey, en Europa, después de la Segunda Guerra Mundial, los mercados centrales existentes no podían atender el abastecimiento de alimentos de las grandes ciudades en constante crecimiento (2004, 85). Solo hasta 1968 se introdujo en Francia un elemento de cambio en la localización de los mercados centrales pues se produce el traslado del viejo mercado

² Se entiende ésta como el emplazamiento físico sobre el cual se encuentran los mercados centrales y la zona de actividades complementarias que constituyen hoy Mercabarna.

concentrador de *Les Halles* hacia las afueras de París, en Rungis. El nuevo espacio se levantó sobre una superficie extensa que permitía la concentración de una gran cantidad de productos perecederos, especialmente, frutas y hortalizas.

El anterior acontecimiento puede entenderse a la luz de la localización de las actividades económicas, no como producto del azar ya que esta ubicación responde a una serie de características o elementos que, en general, le permiten a dichas actividades obtener un mayor beneficio. Por lo anterior puede verse que el uso y adopción de las teorías de localización espacial sirven para reestructurar y configurar un nuevo sistema de abastecimiento y distribución de alimentos. Gran parte de las teorías de localización encuentran sus orígenes en Christaller (1933), quien introdujo al análisis elementos conceptuales tales como centralidad, área de mercado, bienes y servicios centrales, y lugares centrales principalmente. Estos conceptos han sido trabajados y discutidos en la actualidad por diversos autores como Stafford (1995, 16), con el fin de explicar la localización y las estrategias necesarias para la incorporación de una u otra actividad económica capaz de responder a objetivos complejos relacionados, en gran medida, con la seguridad y el riesgo, el tamaño y la flexibilidad, así como con los beneficios económicos.

Por otro lado, Méndez, desde la geografía económica, incluye como uno de los principales factores de localización el mercado de consumo ya que existe en la teoría de los lugares centrales una correlación entre el tamaño de los núcleos urbanos, su capacidad de compra y el número de establecimientos existentes,

así como en el nivel de los bienes y servicios que ofrecen. La mejor localización, respecto al mercado de bienes transportables, corresponde al litoral y a los ejes de transportes sin que el tamaño de la ciudad resulte determinante (1997, 285).

En la evolución conceptual de este autor (Méndez y Rodríguez 2007, 110), la presencia de espacios productivos integrados, como los mercados mayoristas, presentan una creciente complejidad donde los cambios provocan una verdadera metamorfosis en breves períodos de tiempo. Tal como señala Aguilar (2006), las transformaciones han generado grandes obras de infraestructura (citado en Méndez y Rodríguez 2007, 110). Este, en específico, sería el caso de Mercabarna.

El modelo físico empleado en los nuevos mercados mayoristas —entendidos como agentes que realizan procesos de distribución física y comercialización a la vez que incrementan el valor a la cadena (tanto en Europa como en España)— está inspirado en el modelo francés de los Mercados de Interés Nacional (MIN) y en el modelo norteamericano *Food Distribution Centres*, cuyo principio común es la concentración de todas las actividades y servicios en un solo lugar. Esto permite la polivalencia y le hace más fácil al comprador la adquisición de los productos necesarios en un solo espacio.

El desarrollo de la actividad comercial en un solo espacio le permite tanto a mayoristas como a minoristas otorgar un valor añadido al producto, el cual se encuentra representado en la incorporación de utilidades de disponibilidad espacial, temporal y de surtido, y en el establecimiento de relaciones entre los diferentes elementos que conforman, especialmente, el sub-

sistema de “distribución urbana” de alimentos hasta llegar al consumidor que en este caso corresponde a la distribución minorista.

La concepción actual de los mercados mayoristas basada en los MIN responde también a las teorías de localización industrial desarrolladas bajo la escuela estructuralista en la década de los setenta. De acuerdo con Burgos, el comportamiento locacional “hay que considerarlo como un elemento más del sistema total, en el que se sitúa la empresa individual, este no es algo aislado, sino que está fuertemente relacionado con el entorno social, económico y político” (1993, 68).

En congruencia con lo anterior, los mercados mayoristas españoles incluyen, a su vez, tres objetivos básicos: 1) la organización racional del flujo de los productos alimenticios durante todo el año, recurriendo a la importación en épocas de escasez del producto; 2) la transparencia de los precios y 3) el desarrollo regional equilibrado. Así, los mercados mayoristas se encuentran conectados con redes ferroviarias, carreteras, puertos, aeropuertos y demás infraestructuras que permiten el tránsito de mercancías. El resultado es la puesta en funcionamiento del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades, con lo cual se responde a la necesaria relación con el entorno mencionada por Burgos.

En las tablas 1 y 2 se observa de manera sintética parte de los resultados de la investigación para el periodo de estudio. Los datos no se restringen únicamente a Mercabarna sino que también presentan diversos hechos a nivel estatal y de la ciudad, que influenciaron de una u otra manera las acciones desarrolladas al interior de la entidad.

Tabla 1. Hechos a nivel nacional y local con repercusión en Mercabarna (1971-2008).

Hechos a nivel nacional y local				
	Década de los setenta	Década de los ochenta	Década de los noventa	Siglo XXI (2000-2008)
Estatatal	<p>Funcionamiento de MERCASA</p> <p>Se cuenta con una política de modernización de los mercados centrales.</p>	<p>1982 y 1983: crisis del sector alimentario.</p> <p>1982: preparación para la incorporación de España al Mercado Común Europeo.</p>	<p>En 1986, incorporación de España en la Comunidad Económica Europea.</p> <p>1990: conflicto del Golfo Pérsico incide en precios de energía y materias primas.</p>	<p>Proliferación de grandes superficies, cadenas de supermercados.</p> <p>Entrada en vigor del Euro; cambio de pesetas a Euro. Se produce una restructuración de los precios de los productos alimenticios.</p>
	<p>En funcionamiento Mercasalamanca, Mercabilbao, Mercasevilla y Mercabarna.</p>	<p>1987: estancamiento demográfico.</p>	<p>1987: reducción de las rentas destinadas al consumo alimenticio.</p>	<p>1991: puesta en marcha de la modificación de la Política Agraria Común (PAC).</p>
Barcelona	<p>Definición de una nueva política urbana, mas ambiciosa y de objetivos económicos estratégicos para el conjunto de la ciudad.</p> <p>El núcleo central del abastecimiento es el Mercat del Born.</p>	<p>1981: presentación de la candidatura de Barcelona como sede de los Juegos Olímpicos.</p>	<p>Se firma el acuerdo con los mayoristas del Hospitallet para su incorporación dentro de Mercabarna.</p>	<p>En 2004, se celebra en BCN el forum universal de las culturas, lo cual logra posicionar nuevamente a BCN como destino turístico en Europa.</p>
			<p>1992: se celebran los Juegos Olímpicos y Mercabarna colabora con el slogan: "alimentamos los juegos".</p>	
Área de distribución es Cataluña, Navarra y Zaragoza.	<p>Aprobación del Estatuto de Autonomía de Cataluña.</p>	<p>1985: aprobación del PECAB.</p> <p>Elaboración del Plan para la remodelación de los Mercados Municipales.</p>	<p>Entra en vigor la directiva de prohibición de envases no recuperables.</p>	<p>I, II y III Plan 1990, 1994, 1999; Estratégico Metropolitano de BCN.</p>
	<p>Se inaugura en 1971 Mercabarna.</p>	<p>1980: se sustituye el urbanismo lineal y zonificador por una política de objetivos económicos estratégicos.</p>	<p>1987: apertura del cinturón del litoral, con el tramo Autopista A7/Zona franca. Esto posibilita la apertura de Mercabarna con la red de autopistas.</p>	<p>El fórum comporta transformaciones urbanas.</p>
				<p>1992: se crea el instituto Municipal de Mercados.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de informes y estadísticas de Mercabarna (1971-2008), 2008.

Tabla 2. Hechos de gestión en Mercabarna (1971-2008)

Gestión		Hechos Mercabarna		Siglo XXI (2000-2008)	
Decada de los setenta	1971: el pabellón de alimentación polivalente no se encuentra terminado.	Los Criterios de la entidad son: alto grado de productividad y mayor racionabilidad en las operaciones.	1971: se traslada el Mercado Central de Frutas y Hortalizas a Mercabarna.		
Decada de los ochenta	1981: cambio directivo en Mercabarna, ampliación de capital. Se cuenta con 2.700 puestos de trabajo.	1982: puesta en marcha Plan de vigilancia; informatización de estadísticas de tonelaje de mercancías, clarificación de titularidad en paradas, funcionamiento de servicios vacíos.	1981: se realiza el saneamiento económico y en Mercabarna participa en la elaboración del estudio para la realización del PECAB.	1984: incorporación del accionista Compañía de la Corporación Metropolitana de Barcelona.	1989: ampliación de la estructura física del mercado para acoger a los mayoristas del Hospital. Se realiza la remodelación de la nave de agricultores.
Decada de los noventa	1990: se acepta la candidatura de Barcelona como sede del XVII Congreso Mundial de Mercados Mayoristas.	1991: el control de las cámaras frigoríficas es galardonado con el premio de Ahorro de energía.	1991: se instala un nuevo servicio de recogida de residuos.	1992: se plantea la necesidad de reconversión empresarial para las empresas de Mercabarna.	1991: incremento de productos importados de mejor presentación y calidad.
		1990: construcción del nuevo mercado de la Sagrada Familia.	1991: se instala un nuevo servicio de recogida de residuos.	1991: venta de la sociedad filial Carns Mercabarna.	1991: adjudicación de los locales en el Mercado de la Sagrada Familia y hortalizas se presentan en 95% de las obras separados.
		1991: el premio de Ahorro de energía.	1992: se plantea la necesidad de reconversión empresarial para las empresas de Mercabarna.	En el Mercado Central de Frutas y Hortalizas se consolidan las paradas de la siguiente manera: 11 empresas agrarias, 167 mayoristas, total de 439 paradas, 1 puesto vacante, 2 puestos polivalentes.	A partir de 1998 las estadísticas para los mercados del pez y de frutas y hortalizas se presentan en documentos separados.
		2001: se subdividen más las estadísticas en el mercado central del pez, y se presenta información de ahumados, salados, semiconservas y preparados.	2001: incremento en el volumen comercializado de precocinados (703 Tn) y descenso en productos cocinados (1.107 Tn), en el mercado central del pez.	Ocupación del pabellón multiuso por parte de empresas dedicadas a la distribución.	2007: descenso en el volumen de precocinados en 15,84% y de cocinados en 2,99% en el mercado del pez.
		Ampliación de oficinas y despachos en el centro directivo.	Se adjudicaron 27.703 m ² ; se adjudicaron las últimas parcelas libres.	Las importaciones representan en 38,6% del total en el mercado de frutas y hortalizas.	En 2008: se plantea un proyecto para la modernización del mercado de frutas y hortalizas.

Fuente: elaboración propia a partir de informes y estadísticas de Mercabarna (1971-2008), 2008.

Entre los resultados obtenidos, vale la pena mencionar algunas acciones que repercutieron sobre el funcionamiento de Mercabarna en la década de los setenta (ver supra tablas 1 y 2). Se trata, principalmente, de la entrada de la democracia en el Estado español en 1975; la aprobación de un nuevo Plan General Metropolitano de Ordenación Urbana³ en 1976 (el cual preveía transformaciones en las piezas urbanas de la ciudad); el surgimiento de nuevas formas comerciales en el año 1978; la definición de una nueva política urbana con objetivos económicos estratégicos para el conjunto de la ciudad; y la aprobación del Estatuto de Autonomía de Cataluña en 1979.

En la década de los ochenta en Barcelona, se mejoraron y ampliaron actividades industriales desarrolladas hasta el momento. Este hecho puede explicarse, en gran parte, por la entrada de capital extranjero, el cual, en palabras de Giraldes “toma posiciones en Barcelona como plataforma al mercado único europeo” (1997, 305). Para el caso de Mercabarna, la entidad experimenta una expansión comercial y logra la concentración de todos sus mercados a principios de esta década. En 1982, como hecho destacable, las empresas con miras a la futura entrada en la Comunidad Económica Europea (CEE) ponen en marcha

diversas acciones como el proceso de tipificación y normalización de frutas y hortalizas, el control del pescado inmaduro y, en general, la aplicación de políticas comerciales y técnico-sanitarias encaminadas a la normalización de las prácticas comerciales acordes con la normativa europea.

En la década de los noventa, la aceptación de Barcelona como candidata para ser la sede de los Juegos Olímpicos de 1992 situaba a la ciudad como producto y lugar de producción debido a la realización de un amplio conjunto de iniciativas que comenzaban por el propio proyecto olímpico, acompañado por el *Plan estratégico Barcelona 2000* en 1990, cuyo principal objetivo era “consolidar a Barcelona como una metrópoli emprendedora europea con incidencia en la macroregión donde geográficamente se sitúa” (Sánchez 1997, 410). Mercabarna no fue ajena a las líneas estratégicas establecidas en el Plan, específicamente en la línea tercera, que buscaba la potenciación industrial y de servicios avanzados, a lo cual se adscribió la entidad.

Posteriormente, en la elaboración de un segundo plan estratégico para la ciudad se diseñaron medidas encaminadas a facilitar los procesos de adaptación de los sectores económicos y se tuvieron en cuenta diversas acciones realizadas al interior de la Unidad en los años posteriores. Sin embargo, como estas medidas resultaron insuficientes, en 1999 se puso en marcha el III Plan Estratégico Barcelona 2000 de cara a los retos del nuevo milenio. El principal objetivo encomendado a Mercabarna fue el de “asegurar el proceso económico y social de Barcelona, región metropolitana y capital de Cataluña, vinculándose a la red más

amplia de ciudades mundiales a través de su especificidad e identidad propia” (Plan estratégico 2008, 68).

Dentro de la cuarta línea estratégica del Plan, los objetivos planteados tuvieron una clara incidencia en las actividades de la entidad ya que se encontraba plasmada la reforma de las infraestructuras de conexión internacional básica como el aeropuerto, el puerto, del Barcelona centro logístico y de la red ferroviaria. Estas acciones permitirían un mayor flujo de mercancías y, por lo tanto, contribuirían con el crecimiento y la expansión internacional de la Unidad alimentaria.

El periodo comprendido entre los años 2000 y 2008 podría denominarse como la etapa de madurez pues cada uno de los mercados centrales, como subsistemas, trabajó de manera más independiente. Por otro lado, en el nuevo siglo, la mayor exigencia de los consumidores frente a la seguridad y calidad de los productos determinó la gestión de los mercados mayoristas a escala mundial y conllevó a la incorporación de estrictos controles sanitarios de los productos derivados de la normativa europea, con lo cual se introdujo el término de trazabilidad⁴.

Como consecuencia de nuevos contextos sociales y económicos, los mercados mayoristas se enfrentaron a una competencia cada vez más agresiva por parte de los minoristas mayoristas, a una alta densidad comercial, al uso más frecuente de nuevas tecnologías em-

³ El Plan de Ordenación de Barcelona y su zona de influencia, de 1953, fue revisado posteriormente en 1976 con el nombre de “Plan General Metropolitano de Ordenación Urbana”, desarrollado por la Corporación Metropolitana de Barcelona, aprobado el 14/07/1976 y publicado en el Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona (BOP). Número 19/97/1976 www.coac.net/.../01%20NORMES%20URBANISTICAS%20P.

⁴ De acuerdo con la oficina de salud y protección al consumidor de la Unión Europea (Dirección General 2007), trazabilidad es la capacidad de seguir el proceso completo, a lo largo de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento, un pienso o un ingrediente destinado a la producción de alimentos.

pleadas tanto en la oferta como en la demanda, y a la exigencia de la normativa frente a la seguridad alimentaria.

Teniendo en cuenta lo anterior, con relación a las tablas 1 y 2, los resultados obtenidos y su análisis, a continuación se presentan los elementos claves que estructuran el modelo de abastecimiento y distribución mayorista de Barcelona y que pueden ser adaptados a otros territorios.

Elementos clave derivados de la planificación y gestión

El análisis de cada uno de los hechos a nivel estatal y local para la ciudad de Barcelona y su relación con los acontecimientos y acciones emprendidas y ejecutadas en Mercabarna a lo largo del periodo de estudio bajo diversos contextos (político, económico, social y territorial) permite definir cuáles acciones fueron llevadas a cabo para hacer frente, desde la Unidad alimentaria, a dichos acontecimientos. Sobre todo, el análisis contribuye a valorar cuáles de estos elementos pueden ser o no extrapolados a otros territorios que se encuentren en fases previas o similares y en qué medida serían adaptables y aplicables.

Ubicación geográfica y conectividad

Mercabarna se ha podido beneficiar de la modernización e internacionalización del sector industrial dirigida por el Ayuntamiento. Su emplazamiento en la Zona Franca le ha permitido estar en la periferia de la ciudad y, a su vez, disfrutar de todos los beneficios de conexión como las vías, el transporte público y la apertura del cinturón litoral

en 1987 con el tramo Autopista A/ Zona Franca; lo cual le posibilitó conectarse con la red de autopistas estatales y generar una mayor movilidad de mercancías en tiempos más cortos (ver supra tabla 2). Además, su ubicación es completamente estratégica debido a la proximidad con el aeropuerto del Prat⁵, así como con el puerto marítimo de contenedores de la terminal TIR⁶ donde en la actualidad se adelanta la ampliación del puerto y la construcción para el acceso y la conexión con todo el sistema ferroviario del estado. Cabe mencionar que no todos los mercados mayoristas cuentan con una conectividad como la de Mercabarna. La proximidad a todos los medios de transporte posibles, observada en la figura 2, garantiza un flujo de mercancías constante, el cual no sería posible sin la interven-

5 Solo para el 2008, el tráfico de mercancías en dicho lugar fue de 104.088 Tn (Departamento de estadística de la ciudad de Barcelona 2011).

6 En el 2008 transitaron 50.545.131 Tn. de mercancías (Departamento de estadística de la ciudad de Barcelona 2011).

ción del Ayuntamiento a partir del desarrollo de obras públicas para este tipo de emplazamientos.

Gracias a la planeación de la ciudad, derivada de los planes estratégicos *Barcelona 2000*, formulados en la década de los noventa, la puesta en marcha de mejoras en las redes de infraestructura para la conexión del centro de la ciudad con la Zona Franca ha sido un elemento decisivo en el proceso de expansión de la central mayorista. Este aspecto, netamente geográfico, respondería a las teorías clásicas diseñadas desde la geografía en la década de los cincuenta, principalmente, en torno a la localización de actividades industriales. Para el caso de Mercabarna y de acuerdo con Renner (1947), "la industria tenderá a localizarse en el punto que le dé un acceso óptimo a sus elementos, tales como materias primas, mercado de trabajo, fuentes de energía, entre muchos otros" (citado en Precedo 1989, 17), los cuales estarían en relación unos con otros.



Figura 2. Conectividad de Mercabarna.

Fuente: Instituto Cartográfico de Cataluña, 2011.

La participación pública

La creación de Mercabarna no hubiese sido posible sin la presencia de la Red de los Mercados Mayoristas del Estado Español (MERCASA). Gracias a esta institución se logró concertar la financiación de la central mayorista con capital económico público, lo cual permitió su constitución como empresa jurídica y la participación del Ayuntamiento como principal accionista a lo largo de su historia. De esta manera se hace visible la apropiación y co-responsabilidad en pro del mejoramiento de la Unidad alimentaria.

La figura que gestiona hoy en día Mercabarna incluye un porcentaje estatal representado en MERCASA que corresponde a un 37%, esto le permite establecer relaciones de retroalimentación con el resto de la Red de Mercas del Estado. Las “reglas de juego” impuestas en el momento de la constitución legal determinaron la vida útil para el aprovechamiento de las parcelas adjudicadas a las empresas cuyo acuerdo finaliza en el 2017. Este hecho pudo, de cierta manera, frenar ciertas acciones relacionadas con la ampliación o rehabilitación de las paradas de los mercados centrales por parte de las empresas que las tenían adjudicadas.

Como resultado de la “recta final” sobre la cual se encontraban las empresas, se empieza a hablar, en el 2005, de nuevos contratos para poder extender la vida de las paradas instauradas en las parcelas otorgadas en suelo de titularidad pública. En el 2007 se firmó el acuerdo y Mercabarna se convirtió en pionera al interior de la Red de Mercas de España: era la única que lograba mediar para la firma del denominado “acuerdo histórico”. A

partir de este momento, los nuevos contratos firmados por las empresas tendrían una vigencia mínima de treinta y cinco años.

A partir de entonces, se observó la importancia de la participación pública como elemento para la acertada gestión de los sistemas de abastecimiento y distribución mayorista de alimentos en los territorios dado que promueve la mediación y el establecimiento de acuerdos entre los diferentes actores. Aunque la participación pública con frecuencia no es mencionada en las teorías geográficas o económicas sobre la localización industrial o de actividades empresariales, es un aspecto fundamental —considerado como tal a partir de los resultados obtenidos y de su respectivo análisis— para ser incorporado en las decisiones de localización o modernización de los sistemas de abastecimiento y distribución mayorista de alimentos en cualquier escenario territorial.

Concentración de las actividades comerciales

La incorporación de actividades complementarias a los mercados le ha permitido a la entidad agrupar la oferta para la ciudad de Barcelona y su área metropolitana, así como satisfacer la demanda de la población representada, principalmente, en un primer eslabón que corresponde a la distribución minorista. La concentración de actividades ha vinculado a las grandes superficies de distribución minorista con incidencia en Barcelona y Cataluña; por esta razón, y desde el punto de vista comercial, si no se hubiesen generado las condiciones adecuadas desde al interior de la Unidad, posiblemente no se habrían instalado en ella grandes centrales de compra

como el Corte Inglés, Caprabo o *Bon Preu*. En caso contrario, se habrían buscado líneas de comercialización alternativas, este es el caso de *Carrefour* que realiza toda la cadena de abastecimiento y distribución por sí misma, lo cual le permite aumentar su cuota de mercado.

El logro del aglutinamiento de actividades necesarias para las empresas instauradas en el emplazamiento resulta ser una oportunidad para atraer a los sectores de distribución minorista, cuyos productos llegan al consumidor final y que encuentran en Mercabarna, como mínimo, los tres factores básicos de localización: la producción, la tecnología y el mercado (Precedo 1989, 44). Por lo tanto, este elemento también estructura la gestión de los mercados mayoristas de alimentos.

El papel de los actores

Prestar servicio simultáneamente a productores y a minoristas, y, a través de estos últimos, a los consumidores es la característica común que distingue a las empresas de distribución mayorista. A partir de la información recopilada y analizada se han podido identificar los actores que hacen posible el cumplimiento de las funciones en la Unidad alimentaria. Estos corresponden, por un lado, al Ayuntamiento y el equipo directivo de Mercabarna, y por otro, a las asociaciones que representan a las empresas para la toma de decisiones, sin desconocer el importante papel histórico desempeñado por MERCASA a nivel estatal. A continuación se describe el papel desempeñado por cada uno de estos actores y su relación con el buen funcionamiento de Mercabarna a lo largo del periodo de estudio.

La presencia de los gremios

Mercabarna cuenta con un equipo directivo representado en cuatro departamentos que le permiten trabajar en torno a una “unidad” para la toma de decisiones que incluyen la participación de los involucrados. Por esta razón, el trabajo se desarrolla conjuntamente entre el equipo directivo y las asociaciones emplazadas en la central mayorista. La figura de asociaciones hace posible un trabajo cohesionado donde los intereses particulares son llevados a un único plano: el de la asociación, pues permite la representación de los interesados y la adecuada toma de decisiones. Un ejemplo de lo anterior lo constituye el acuerdo firmado en 1988 entre Mercabarna y el Gremio de Mayordomos del Mercado del Pez para la creación de un frigorífico, Frimercat, con miras a la comercialización de pescado congelado y que contó con la participación y aprobación del 80% de las empresas instaladas en dicho mercado.

Los productores son otro actor del sistema. Por ejemplo, el Mercado Central de Frutas y Hortalizas cuenta con un espacio establecido desde la creación de Mercabarna gracias al interés de MERCASA por destinar, al interior de la Unidad alimentaria, un espacio para la venta de los productores de la zona y las cooperativas. Tal recomendación fue materializada y aún es vigente hoy en día. No obstante, los mercados mayoristas incluidos dentro la Red de Mercas del Estado Español en la actualidad han eliminado de manera progresiva los espacios dedicados a los productores y a las cooperativas. Dicha situación es opuesta a la actitud asumida por Mercabarna,

pues esta ha ampliado y mantenido la zona correspondiente a cooperativas y marquesinas en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas.

Adicionalmente, debe señalarse que la Unidad alimentaria estableció una importante posibilidad, en la década de los setenta y ochenta, al permitir la ubicación de las figuras de gremios al interior de la misma. El mantenimiento de espacios físicos como oficinas y despachos es necesario para los productores y empresas quienes encuentran en las asociaciones y gremios una vía directa que representan sus intereses.

El papel del Ayuntamiento y los alcaldes

En el apartado dedicado a la empresa pública como elemento clave en la estructura de Mercabarna se mencionó la importancia del Ayuntamiento como institución en la gestión de una Unidad alimentaria. Sin embargo, en este apartado es pertinente hacer énfasis en el papel desempeñado por los alcaldes como directores no solo de un Ayuntamiento, sino también como cabezas visibles al interior de la Unidad alimentaria.

A lo largo del periodo analizado las administraciones de cada época respondían a los cambios y necesidades de la ciudad. A partir de la información recopilada resulta interesante observar la manera como se lograron compatibilizar y orientar las estrategias de planificación urbana de largo plazo desarrolladas para la ciudad con las estrategias de Mercabarna. A manera de ejemplo, durante la administración del señor alcalde Pascual Maragall, en la década de los ochenta y noventa, se consiguió armonizar con gran éxito la planeación de Barcelona y Merca-

barna a través de los planes estratégicos, reflejados en los objetivos y actividades de la entidad.

La cooperación con la planificación de la ciudad

De acuerdo con Ruiz i Mestres la ciudad de Barcelona cuenta con una importante tradición en planificación estratégica, lo cual puede establecerse a través del análisis de los resultados obtenidos en todos los sectores (2004, 165). Lo anterior ha comportado una redefinición de la unidad espacial de análisis en términos de hablar, analizar y planificar estratégicamente la metrópolis.

El papel desempeñado por Mercabarna en el desarrollo de las funciones comerciales de Barcelona antes y después de la planificación estratégica de la ciudad ha sido muy importante. La asesoría prestada en la modernización del aparato de tallista ha sido evidente pues le permitió, de un lado, crear la filial Ecobarna S.A. en 1983 (ver supra tabla 2), y, por otra parte, pertenecer a la agencia Barcelona Regional para la realización de estudios y proyectos relacionados con la comercialización alimentaria de la ciudad y la planificación urbana, papel que desempeña en la actualidad.

La experiencia de la Unidad alimentaria y el éxito alcanzado gracias a la expansión de sus actividades comerciales, le permitió participar en la elaboración del *Plan Especial de Equipamiento Comercial Alimentario de Barcelona–PECAB* en 1986. La contribución fue realizada a partir de la modernización de los mercados municipales de la ciudad cuya primera obra la constituyó el Mercado de la Sagrada Familia en 1990 (ver supra tabla 2). Por otro lado, Mercabarna también ha te-

nido incidencia en la absorción de actividades instaladas en la ciudad: el traslado de los mercados centrales ubicados en la urbe liberó espacio en la misma de tal manera que la administración pudo contar con suelo disponible y edificable, el cual era cada vez más escaso en la ciudad.

Por ejemplo, se trasladó el Matadero municipal sobre cuyo suelo se edificó el Parque Joan Miró; el lugar ocupado por el tradicional Mercado Central de la flor de Barcelona es hoy en día el Teatro Libre; y el traslado de los mayoristas de frutas y hortalizas del *Hospitalet* ilustran la liberación de espacio público tanto en la ciudad como en el municipio, el cual ha sido destinado a otro tipo de actividades. Lo anterior demuestra cómo la concentración de actividades propias de una ciudad hacia una Unidad alimentaria, también tiene repercusiones en los procesos de urbanización.

Actualmente Mercabarna participa en un estudio para mejorar la circulación del eje del Llobregat: el eje de circulación de mercancías con más volumen de tránsito de la Región Metropolitana. Diariamente circulan alrededor de 100.000 camiones de acuerdo con los datos del Ministerio de Fomento (Dirección General 2008) que transitan hacia los principales nodos logísticos y polígonos industriales de la ciudad.

Otro aspecto a considerar consiste en la madurez de los mercados centrales, representada en la construcción del proyecto *Barcelona food Plattform*, la cual se llevará a cabo como parte del tercer bloque de los proyectos del Plan Estratégico Metropolitano de la ciudad. Al interior del subapartado logística, este proyecto espera un trabajo conjunto

entre empresas agroalimentarias ubicadas en Mercabarna y la investigación y aplicación de nuevas tecnologías para el sector.

Finalmente, se puede decir que los resultados de Mercabarna, hoy en día, obedecen a la planificación estratégica de la administración pública la cual se ha desarrollado en una doble vía: por un lado, ha tenido en cuenta acciones que benefician a Mercabarna; y por otro lado, la experiencia de la entidad como distribuidora mayorista de alimentos le ha conferido la capacidad de ser parte de los procesos de planificación y transformación de la ciudad.

Adaptabilidad y flexibilidad a la demanda

A partir de las encuestas y las entrevistas realizadas puede establecerse que la demanda por productos más elaborados y mejor presentados cada vez es mayor. Por lo tanto, en la actualidad las empresas en Mercabarna incorporan en sus líneas de comercialización productos que satisfacen la demanda de supermercados y restaurantes para la comunidad china y latina de la ciudad, así lo confirman las empresas Catarmar y Sergifruit S.L.

El empleo de las tecnologías de la informática y la comunicación también hacen parte de la adaptabilidad. Una muestra de ello es la instalación del portal web para clientes en el Mercado Central del Pez. En este mercado, el uso de internet también está destinado para el contacto con clientes y proveedores a pesar de que este canal se encuentra en etapas incipientes, debido a la naturaleza del producto. No obstante, poco a poco las empresas empiezan a hacer uso de este

recurso para el contacto y venta de sus productos. Esta información se ratificó a través de las encuestas y entrevistas realizadas.

También se ha establecido la modalidad de cultivo para algunos productos, con lo cual se garantiza la disponibilidad de estos durante todo el año, como por ejemplo, la instalación de viveros de marisco que permite concentrar la oferta y satisfacer la demanda. De otra parte, el constante aumento en la demanda del sector Hostelería, Restauración y Catering (HORECA) de Barcelona requiere productos con un mayor valor agregado. Las empresas también se han adaptado a este nuevo requerimiento a través de la incorporación de nueva tecnología capaz de contribuir a la comercialización de productos de calidad de cuarta y quinta gama, es decir, con altos procesos de transformación.

En este sentido, los cambios en la composición de la población repercuten en la demanda. En Barcelona, la presencia de una importante comunidad islámica —resultado de las “olas de inmigración” vividas no solo en Cataluña, sino también en toda España, durante los años noventa principalmente— requirió la incorporación de las matanzas de cordero para la práctica de celebraciones religiosas islámicas. Como prueba de la adaptabilidad a los nuevos mercados, hoy en día se sacrifica el 35% en esta línea de acuerdo con el rito Halal.

Consideraciones finales

A partir de la información recopilada y analizada para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se puede afirmar que el modelo de distribución mayorista de Barcelona

(Mercabarna) ha sido el resultado de experiencias similares ocurridas en otros países. Asimismo, su desarrollo responde al crecimiento urbano experimentado en España y en Europa en el periodo analizado. Factores como la migración del campo a la ciudad y la concentración de actividades económicas en las grandes urbes evidencian la necesidad de reorganizar la distribución y mejorar las condiciones de acceso a los alimentos. La materialización de lo anteriormente mencionado tuvo su génesis en el modelo de distribución mayorista francés, del cual se retomaron elementos que definirían la gestión de los mercados como una red mayorista distribuida por todo el país. Estos elementos determinaron el nacimiento de MERCASA y de la Red de Mercas distribuida por el Estado español.

Al hacer un balance de los elementos que estructuran esta central mayorista y que pueden ser adaptados a otros territorios, se observa que el éxito en la planificación y gestión del mercado mayorista de la ciudad de Barcelona no hubiera sido posible sin una política y una concepción clara frente a la necesidad de trabajar en red y de adelantar procesos de retroalimentación. Dicho trabajo puede ser explicado a la luz de la teoría de sistemas, en la cual, cada uno de los mercados centrales es un subsistema dentro de un sistema mayor. En este caso, el sistema sería Mercabarna como figura central en la distribución mayorista de alimentos.

Este sistema puede definirse como un conjunto de empresas cuyas características son diversas entre sí —por ejemplo el Mercado Central de hortalizas es diferente del Mercado Central del Pez— pero que se

encuentran interrelacionadas mediante flujos. Con este modelo, cada empresa tiende a especializar sus funciones y se encuentra en constante evolución como respuesta a una serie de factores internos y externos propios del sistema (Méndez et ál. 1999, 91).

La distribución de alimentos puede ser vista, entonces, como un sistema abierto dependiente de varios factores tanto internos (relacionados con el territorio donde se emplaza), como externos (derivados del contexto con el cual se establecen los flujos de comercialización que originan el proceso de expansión comercial vivido por Mercabarna). Por esta razón, y de acuerdo con lo planteado en el apartado “aproximación conceptual”, la distribución mayorista urbana de alimentos puede ser abordada en futuras investigaciones como sistema. No obstante, se sugiere incorporar a ésta algunos matices conceptuales, como el de “cuenca alimentaria” ya que desde esta aproximación, la distribución mayorista urbana de alimentos se desarrolla en un lugar y espacio determinado.

También se podría plantear que los modelos de distribución mayorista de alimentos, como el generado en Mercabarna, responden al concepto de “metrópoli polícentrica” trabajado por Méndez y Rodríguez en el cual la Unidad alimentaria sería el resultado de la “concentración secundaria de empresas y empleos en subcentros localizados, sobre todo, a lo largo de las principales vías de circulación y en los nodos intermodales de transporte con accesibilidad incluso mayor que las áreas centrales” (2007, 7). El concepto de Unidad

alimentaria incluye dos elementos que estructuran los modelos de distribución mayorista de alimentos: la ubicación geográfica y la conectividad.

Así, las mejoras en el puerto y en el aeropuerto de Barcelona y/o la apertura de nuevas vías han permitido la expansión y crecimiento del mercado. Si se quisiera extrapolar el modelo a otros territorios, su éxito dependerá de las políticas estatales o locales establecidas a largo plazo y del acompañamiento en el desarrollo y modernización de infraestructuras acordes con las demandas logísticas de estos emplazamientos.

De igual modo, no es necesario establecer una división tajante entre el papel de la conectividad y el de la ubicación; para el caso de Barcelona, esta última le permite al mercado tener una mayor proximidad con su demanda directa sin interferir con las dinámicas propias de la ciudad como las congestiones de tráfico, el paso de vehículos pesados por la ciudad o la contaminación. Esta aclaración se realiza en vista de que son considerados como elementos comunes y asociados a los mercados mayoristas de otras ciudades, especialmente, de los países en vías de desarrollo.

Por otro lado, y tal como fue mencionado en párrafos anteriores, el contexto político es un elemento fundamental en las decisiones de localización y modernización de distribución mayorista de alimentos en cualquier territorio. Este sistema de distribución y los subsistemas que generalmente lo componen se desarrollan bajo figuras públicas de gestión. Por lo tanto, resulta esencial y determinante considerar dicho contexto antes de definir la localización espacial de

este “engranaje” económico. Los progresos en infraestructura y comunicaciones requieren también de un acompañamiento por parte de la administración pública en temas de conectividad y logística que puede lograrse con políticas públicas de largo plazo cuyo enfoque, como mínimo, deberá ser el de trabajar en una escala regional y nacional.

Del apartado dedicado a los “actores” se desprende la importancia de conformar gremios al interior de los mercados. Este se identificó como un aspecto fundamental para aglutinar y representar los intereses de las empresas emplazadas en Mercabarna. Sin embargo, la concepción de sociedad mixta aplicada en MERCASA y luego extrapolada a Mercabarna como sociedad anónima mercantil le permite, en la actualidad, contar con un capital 100% público que también representa, de una u otra manera, los intereses de los ciudadanos.

Como resultado de la concepción pública, la entidad representada en el Ayuntamiento y las empresas han logrado, entre otros aspectos, fomentar la participación de los productores, evitar la intermediación a partir de transacciones claras y establecer relaciones amigables con el ambiente a través, por ejemplo, de la normalización de los envases⁷ (ver supra tabla 2), el reciclaje o el ahorro de energía. Dichos aspectos fueron iniciados durante la década de los ochenta y hoy en

día hacen parte importante de la política ambiental de la entidad.

Como resultado de las relaciones entre los actores y para el caso concreto de la presente investigación, el acompañamiento de Mercabarna en la modernización de los mercados municipales, la elaboración de estudios de movilidad o su pertenencia a la agencia Barcelona Regional, le otorga a las unidades un importante papel en las transformaciones de los territorios en los cuales se encuentran ubicadas. Con esto se sugiere a los encargados de la planificación de este tipo de emplazamientos, brindar un mayor valor al papel que puede jugar una correcta gestión de la distribución mayorista en los procesos de planificación y ordenación territorial de otro tipo de proyectos relacionados con movilidad, accesibilidad o establecimiento de equipamientos asociados con la distribución mayorista de alimentos.

Además, en las relaciones identificadas existe una a la cual se le atribuye gran parte de la expansión comercial a nivel internacional de este sistema de distribución de alimentos: la relación con la Unión Europea a partir de la incorporación de España en la Comunidad Económica Europea en 1986 (ver supra tabla 1). A partir de entonces se produjo un intercambio de bienes y se abrió la posibilidad de retroalimentar experiencias entorno a patrones relacionados con la presentación de los productos, por ejemplo. La relación de escala con la actual Unión Europea tiene una alta incidencia en el éxito de un modelo de distribución alimentario como Mercabarna ya que orienta sustancialmente las acciones para que sean implementadas en el ám-

bito local. Por tanto, esta figura de normatividad jerárquica es considerada como un factor relevante en la distribución mayorista, pues, si no existiesen las exigencias y “reglas de juego” promulgadas desde la Unión Europea como nivel superior, probablemente éstas no se hubiesen tenido en cuenta para el intercambio de productos en todas las escalas.

Dicho aspecto tendría que ser valorado por aquellos interesados en la implementación de este tipo de modelos en otros países o territorios, puesto que la inexistencia de espacios y comunidades económicas al interior de los territorios donde se quieran desarrollar mercados concentradores tendrá que ser suplida por una normativa bastante estricta en diversas escalas de trabajo. Solo así podrá ser adoptada de manera transversal por cada uno de los eslabones en la cadena determinado sistema de distribución cuyo objetivo siempre ha de ser el de mantener un compromiso con la nación, la región y el territorio en el cual se encuentre el emplazamiento.

Finalmente, las posibilidades para replicar y adaptar de este tipo de modelo a otros escenarios territoriales están sujetas a diversas variables y elementos ya mencionados. El éxito de este tipo de mercados concentradores especialmente en países o territorios que orientan sus acciones al logro de este tipo de modelos (como es el caso de algunas ciudades latinoamericanas), depende de un mínimo de condiciones que dadas de manera proporcional a la representación de los intereses de los involucrados puede redundar en beneficios para los participantes. Solo con la realización de un

⁷ En la actualidad existe el sistema de codificación estándar EAN, el cual permite representar de manera única, y mediante barras, información adicional como el número de lote, cantidad de unidades, peso neto o bruto, fecha de fabricación, envasado y/o caducidad, puntos de entrega de mercancía, entre otros.

trabajo conjunto entre la administración pública y los actores que intervienen directa o indirectamente

en el desarrollo de la distribución mayorista de alimentos, se podrán

repetir experiencias exitosas como la analizada en esta investigación.

María del Pilar Leal Londoño

Ingeniera Forestal (2004) - Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá. Máster en Planificación Territorial y Gestión Ambiental - Universidad de Barcelona (2009). Actualmente es becaria predoctoral de la Generalitat de Cataluña-España (Becas Formación Investigadores) - convocatoria 2010, en el programa de Doctorado en Geografía, planificación territorial y gestión ambiental (Facultad de Geografía e Historia), Universidad de Barcelona.

Referencias

- Aragrände, Mauricio y Olivio Argenti. 2001. *Estudiando los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Serie alimentos en las ciudades no. 3. FAO.
- Burgos, María Luisa. 1993. Las teorías de la localización industrial: Una breve aproximación. *Estudios regionales* 35: 51-76.
- Caldentey, Pedro. 2004. *Comercialización de productos agrarios*. Madrid: Mundi-Prensa Libros.
- Christaller, Walter. 1933. *Die zentralen Orte in Süddeutschland. Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmässigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Comité de Ministros Unión Europea (CEMAT). 2011. Carta europea de ordenación del territorio. <https://wcd.coe.int/wcd/com.intranet.IntraServlet?command=com.intranet.CmdBlobGet&IntranetImage=974473&SecMode=1&DocId=681646&Usage=2> (consultado en julio del 2011).
- Cyert, Richard y James March. 1992. *A behavioral theory in the firm*. London: Blackwell publischer.
- Departament de Innovació, Universitat i Empresa. 2009. Plan Territorial de Equipamientos comerciales (2006-2009). http://www.gencat.cat/didue/ambits/comerc/equipaments_comercials/ptsec_2006-2009/index.html (consultado en enero del 2009).
- Direcció General de Comerç i consum. 2008. *Anuari de la distribució comercial a Cataluña. sector quotidià en règim d'autoservei*. Barcelona: Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turismo.
- Dirección General para la salud y la protección del consumidor (Unión Europea). 2008. Boletín de Trazabilidad Alimentaria. http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/traceability/factsheet_trace_2007_en.pdf (consultado en julio del 2011).
- Feagan, Robert. 2007. The place of food: mapping out the 'local' in local food systems. *Progress in Human Geography* 31 (1): 23-42.
- Giraldes, Elena. 1997. Las inversiones en nuevas industrias en Barcelona (1975-1995). En *La formació del cinturó industrial de Barcelona*, ed. Joan Roca i Albert. Barcelona: Institut Municipal d'Historia.
- Instituto Cartográfico de Cataluña. 2009. Mapa de ubicación de Mercabarna. <http://www.icc.cat/> (consultado en julio del 2011).
- Instituto de Estadística de Barcelona. 2011. Estadísticas económicas tránsito de mercancías. <http://www.bcn.es/estadistica/castella/dades/sintesi/images/sintesi3.pdf> (consultado en julio del 2011).
- Instituto de Estadística de Cataluña. 2009. Estadísticas demográficas y económicas de Barcelona y área metropolitana. http://www.amb.es/web/guest/Territori_pob (consultado en enero del 2009).
- Instituto Nacional de Estadística de España. 2011. Estadísticas de población por capital de comunidad autónoma. <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do> (consultado en julio del 2011).
- Kloppenburg, Jack, John Hendrickson y G. W. Stevenson. 1996. Coming in to the foodshed. *Agriculture and Human Values* 13: 33-42.
- Méndez, Ricardo. 1997. *Geografía económica: la lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona: Ariel Geografía.
- Méndez, Ricardo e Inmaculada Caravaca. 1999. *Organización industrial y territorio*. Madrid: Síntesis.
- Méndez, Ricardo y Juana Rodríguez Moya. 2007. Transformaciones productivas y nuevas formas urbanas: difusión de las actividades económicas en la región metropolitana funcional de Madrid. *Anales de Geografía* 27 (2): 105-134.
- Mercados Centrales de Barcelona. S.A. 2008. *Informació estadística dels mercats centrals de Barcelona 1971-2008*. Barcelona: Mercabarna.
- Plan estratégico metropolitano de BCN. 1989. Publicaciones planes metropolitanos de Barcelona. <http://www.pemb.cat/ca-es/default.aspx> (consultado en enero del 2009).
- Precedo, Andrés. 1989. *Teoría geográfica de la localización industrial*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Ruiz i Mestres, Ramon. 2004. Els grans projectes de l'àrea metropolitana de Barcelona. De la ciutat, a la regió. Del pensament estratègic a l'acció. En *Informe territorial de la provincia de Barcelona*, ed. Cambra de Comerç i Diputació de Barcelona. Barcelona, 161-181.
- Sánchez, Joan Eugeni. 1997. Avencos tècnics i efectes territorials a l'àrea de Barcelona, 1975-1995. En *La formació del cinturó industrial de Barcelona*, ed. Joan Roca i Albert. Barcelona, Institut Municipal d'Historia. 401-438.
- Santos, Milton. 1986. Espacio y Método. *Geocrítica cuadernos críticos de Geografía humana* 12 (65): 5-53.
- Stafford, Howard. 1995. *Corporate geography: business location principles and cases*. Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.