ASEDAS; 5 claves que marcarán el año en la distribución alimentaria

ASEDAS analiza 5 claves que marcarán el año en la distribución alimentaria, con la eficiencia operativa, financiera y medioambiental, los consumidores y los trabajadores, entre las prioridades.

Las empresas de supermercados y la distribución mayorista abordan otro año de incertidumbre respecto a los costes de producción de alimentos, pero con el formato de proximidad fortalecido como un modelo capaz de responder a las inquietudes del consumidor. **ASEDAS, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados,** analiza cinco elementos con los que, en este año 2024, se intentará recuperar la senda de una rentabilidad sólida y mantener la confianza de la gran mayoría de los consumidores*.

- **Crecimiento y fortaleza financiera.** En un entorno de enorme competitividad, el crecimiento de las empresas se ha mantenido, incluyendo modelos de asociacionismo y pequeñas cadenas que, apoyadas por las centrales de compra, han consolidado su fortaleza económica, lo que incluye capacidad de negociación financiera, muy necesaria ante las grandes inversiones en economía circular que el sector tiene por delante. Recordamos que el año 2023 se ha cerrado con cerca de 900 aperturas de nueva planta, con gran protagonismo de estas fórmulas de asociacionismo**.

- **Inversión e innovación tecnológica.** Que permite a las empresas de supermercados alcanzar la máxima eficiencia operativa y, por lo tanto, controlar los costes. Destaca en este capítulo, por su impacto en el medioambiente, la inversión de entre un 5 y un 10 por ciento del total del presupuesto que las empresas dedican a mejoras en eficiencia energética, y que seguirá siendo fundamental en un entorno incierto geopolíticamente y con grandes gastos en sostenibilidad medioambiental por delante. En este sentido, a lo largo de 2023 se han registrado cerca de 1.800 eventos de inversión, entre aperturas y reformas**.

- **Distribución mayorista.** Los 615 cash & carry repartidos en toda la geografía española contribuyen a la excelencia de la red de restauración para cubrir el alza del consumo extra doméstico de alimentación que se viene registrando desde 2022, y que ha crecido un 6,1% en volumen y un 11,5% en valor, alcanzado unos 33.887 M/€, según el MAPA.

- **Enfoque hacia el consumo.** Los grandes ejes del consumo de alimentación son la salud, la rapidez y la comodidad en la compra, preparación y consumo de los alimentos. Incentivar el consumo implica ofrecer un surtido variado y completo capaz de responder a dietas adaptadas al modo de vida de cada persona o familia. Además, la alimentación fresca, que representa el 37 por ciento del volumen del consumo en España, se consolida como un elemento de competitividad y diferenciación fundamental en nuestro modelo de distribución organizada. Entre el 80 y el 90 de los productos frescos que se encuentran en los supermercados proceden de explotaciones nacionales, dando también respuesta al compromiso con los productores y a la demanda de los consumidores.

- Los trabajadores de la distribución alimentaria son el pilar sobre el que se asienta el servicio al consumidor. El modelo de distribución alimentaria de proximidad está enfocado a que el cliente encuentre en su supermercado de referencia -además de los productos que necesita- una atención personalizada que atienda a sus necesidades. La formación de los empleados de los supermercados, su bienestar y su proyección de futuro hacia retos como la digitalización van a ser protagonistas en este año. Se trata de una inversión que asegura el papel de la distribución alimentaria como motor de cambio a través de los casi 400.000 empleos de los operadores y de los casi 60.000 que agrupan las fórmulas de asociacionismo (franquicias, cooperativas).