Mercabarna presenta el estudio "El canal de distribución alimentaria regentado por extranjeros"

Mercabarna presentó el estudio “El canal de distribución alimentaria regentado por extranjeros” el pasado 3 de diciembre, encargado por el Observatorio de Tendencias de Mercabarna de este polígono alimentario, ante un centenar de empresarios del sector. El estudio, elaborado por la empresa Psyma y centrado en Barcelona y su área metropolitana, revela que el 18,5% de los establecimientos de alimentación detallista están en manos de personas de origen extranjero, cuya nacionalidad predominante es la paquistaní. Además, el 16% de dichos comercios pertenecen a empresas más grandes con más de un establecimiento. Mercabarna se revela como el canal líder de abastecimiento para la mayoría de alimentos frescos.

“Ante el aumento paulatino, desde hace más de 10 años de los compradores de origen extranjero en los diferentes mercados centrales de Mercabarna –ha explicado Josep Tejedo, director general de Mercabarna-, y el progresivo relevo del comerciante tradicional de alimentación situado en las calles de nuestros municipios por estos nuevos ciudadanos, hemos querido conocer de primera

mano, a través de este estudio, cuáles son sus necesidades de compra y sus tendencias futuras”.

Tipo de establecimientos

Según el estudio, hay 2.600 establecimientos de alimentación minorista en manos de personas de origen extranjero en Barcelona y su Área Metropolitana, un 18,5% del total de comercios de esta tipología. Este porcentaje aumenta hasta un 52% cuando se trata de pequeños autoservicios o tiendas de alimentación y a un 40%, en el caso de las fruterías de calle, situadas fuera de los mercados municipales.

El 61% de los establecimientos regentados por ciudadanos de origen extranjero son pequeños autoservicios y tiendas de alimentación; el 24% fruterías y el 10% carnicerías, la mayoría de ellas exclusivamente Halal. Muchos de estos autoservicios venden también frutas y hortalizas (42%). Por otro lado, se va imponiendo el producto envasado en las fruterías (29%) y las carnicerías (81%).

Nacionalidades de estos comerciantes

Entre estos comerciantes, la nacionalidad predominante es la paquistaní (63%), aunque en el caso de las fruterías de barrio se observa una mayor diversidad: 48% paquistaní, 17% asiática, 13% latinoamericana y el resto de otras zonas. Sus edades mayoristas se sitúan, sobre todo, entre los 40 y 50 años (42%) y entre los 30 y 40 años (37%).

Cómo venden

Aunque la mayoría de estos nuevos comerciantes posee un solo establecimiento, el 16% tiene más de uno. Además, el 36% se declara especializado en productos de otros países. Asimismo, un 19% de las fruterías y un 11% de las carnicerías realiza la compra conjunta con otros establecimientos. Así mismo, la mitad de estos pequeños empresarios compra producto fresco 2 o 3 veces por semana.

Mercabarna, canal de compra líder

Mercabarna es conocida por la inmensa mayoría de estos comerciantes. El 89% de los que regentas fruterías, el 30% de los carniceros y el 34% de los empresarios que comercializan productos frescos se abastece en este gran mercado. Mercabarna tiene buena imagen entre este colectivo de compradores, que acude a proveerse, sobre todo, por la relación calidad/precio de sus productos, la variedad de su surtido y porque pueden abastecerse de diversas tipologías de alimentos frescos en el mismo lugar. Los aspectos en que este polígono alimentario debería mejorar son la mayor especialización en algunas tipologías de producto y ampliar la oferta de alimentos frescos envasados.

Fuente: Mercabarna