

Lo difícil de entrar a grandes cadenas

El Manual de Buenas Prácticas Comerciales no ha logrado el impacto que buscaba el régimen. Incorporar a "pequeños productores" como proveedores de supermercados no es fácil. La escasa capacidad tecnológica, de capital y la propia dinámica de los negocios lo impiden.

En la última reunión del Grupo Diálogo Rural, auspiciado por Rimisp y el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador, Rubén Salazar, de la Corporación La Favorita (Supermaxi), resaltó que el manual dispone que los supermercados incluyan un 11 % de proveedores que pertenezcan al segmento que facturan hasta \$ 50.000 y que sean parte de la economía popular y solidaria (EPS). Pero no es fácil, pese a las invitaciones y llamados a tales proveedores.

Para cumplir con ese 11 %, La Favorita tendría que contar con 8.321 proveedores de tales características. Hoy cuenta con 70. En la Superintendencia de Poder y Control de Mercado están inscritos 7.400 actores, de los cuales el 70 % son cooperativas de ahorro y crédito.

"¿Dónde está la lógica del reglamento? Adicionalmente tienen que pertenecer a las canastas básicas. ¿Quiénes son estos actores de la economía popular y solidaria y dónde los encontramos?", inquiriere.

Camilo García, de Supermercados Santa María, señala que la relación comercial con pequeños productores resulta compleja debido a que no cumplen con los requisitos solicitados, no cuentan con registros sanitarios, la calidad del producto es baja, no disponen de cadenas de frío, no cumplen con los volúmenes pactados. La aplicación del manual castigaría a los proveedores antiguos con los que se tienen relaciones duraderas ya existentes.

Daniel Olivo anotó que TIA ha realizado varias campañas para buscar proveedores pequeños. De 20 proveedores, la negociación se cierra con uno, el resto no logra cumplir los requisitos. Por la comodidad de entregar su producto localmente y recibir el pago inmediato, también prefieren al intermediario para comercializar.

Rubén Salazar reitera que el manual está expresado de tal forma que no logra cumplir ese objetivo, porque presenta reglamentaciones que resultan restrictivas para los negocios con los productores y muchas de ellas no están claras, como por ejemplo, el límite de pago de los 15 días o la definición de "pequeños productores".

En el caso del banano, por ejemplo, si se busca la diversificación de proveedores en base a estas reglas, significaría que tendría que comprar una caja a cada productor, lo cual no representa un incentivo para ninguna de las partes.

Para Diego Padilla, proveedor de supermercados, se debe definir quiénes son los pequeños productores.
