

SANDRA SITJAR / Directora de Marketing de Cultivar

“Mercabilbao es un mercado que sabe apreciar el producto de calidad”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Con estas palabras Sandra Sitjar, directora de marketing de Cultivar, ilustra el posicionamiento del Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercabilbao. Los motivos del aterrizaje de Cultivar este mercado hace ya 8 años y la toma de decisiones estratégicas que faciliten el desarrollo a medio plazo de Mercabilbao son otros temas que comenta Sitjar en la entrevista.

Valencia Fruits. *¿Desde que año operan en Mercabilbao? ¿Qué motivó apostar por este mercado central?*

Sandra Sitjar. Nuestro proyecto en Mercabilbao empezó en el verano del 2012, hace ya 8 años, con el objetivo de desarrollar nuestra venta en la zona norte.

VF. *En el engranaje de Cultivar, ¿Qué aporta su presencia en Mercabilbao?*

SS. La presencia en Mercabilbao nos permite desarrollar la venta en toda la cornisa cantábrica, desde Asturias, Santander, País Vasco, hasta la Rioja y zona norte de Castilla y León.

VF. *Hasta la fecha, ¿cuéntenos la evolución de Cultivar en este mercado?*

SS. La evolución en Mercabilbao ha sido muy positiva. Es un mercado que valora la gama de producto que ofrecemos y que sabe apreciar el producto de calidad.

Se trata de un perfil de cliente muy profesional, detallista o almacenista de la zona.

VF. *¿Qué objetivos se plantean en un futuro a corto plazo?*

SS. Nuestro objetivo a corto plazo es desarrollar nuestra venta con mayor capacidad de almacenaje y logística aunque hoy por hoy el mercado tiene poca disponibilidad de espacio.

VF. *Hablando de este mercado central. En la actualidad, ¿cómo describiría Mercabilbao?*

SS. Mercabilbao es un mercado muy interesante y con mucho potencial pero se encuentra ahora mismo en un momento determinante en el que es necesario tomar decisiones estratégicas que faciliten el desarrollo a medio plazo.

Con la concesión a punto de vencer es imprescindible actuar para conseguir unas infraestructuras que permitan el desarrollo de unas instalaciones adecuadas a las necesidades del mercado en el presente y próximo futuro.

VF. *Para acabar, ¿cómo han afrontado la situación derivada de la COVID-19?*

SS. Mercabilbao ha sabido afrontar con mucha profesionalidad las dificultades iniciales derivadas de la COVID-19. Desde los primeros momentos se restringió el aforo del mercado y se prohibió la circula-

ción de clientes dentro de los puestos. Hemos observado una respuesta rápida y proactiva por parte de la gestión del mercado.

VF. *Y en clave comercial, ¿qué modificaciones de hábitos han observado?*

SS. Desde el inicio de la crisis sanitaria se intentó po-



Sandra Sitjar, directora de Marketing de Cultivar. / RF

tenciar la venta no presencial aunque a medida que se van relajando las medidas de confinamiento se está volviendo poco a poco a la venta presencial de nuevo.

En nuestro sector es muy importante estar cerca del producto y tener un riguroso control sobre él.

En cuanto a la gama de productos más demandados se ha observado un incremento en la venta de productos más básicos, productos habitualmente consumidos en los hogares, y productos algo menos perecederos.



AUNQUE PAREZCA UNA BILBAINADA ...

Nuestro mercado de frutas y hortalizas tiene una superficie mayor que San Mamés. 30.777 m² destinados a los productos de la huerta, que incluyen un pabellón de venta de productos autóctonos por parte de los propios agricultores.

¡SOMOS ASÍ!



GOXOA
GARDENA
GARBIA

SABROSO
SEGURO
SALUDABLE

La restauración, la hostelería y el comercio que se abastece en MERCABILBAO conoce el secreto de la calidad y de nuestro mejor sabor de siempre

merca **B**ilbao

La despensa más grande del Norte

