



AITOR ARGOTE / CEO de Mercabilbao

“Es importante que rompamos paradigmas y veamos el futuro con ilusión”

Afrontar el futuro con ilusión es lo que espera Aitor Argote que hagan las empresas que operan en Mercabilbao ante el gran proyecto que se avecina: su traslado de Basauri a Ortuella, donde el Gobierno Vasco ha anunciado la construcción de un nuevo Parque Tecnológico alimentario y Mercabilbao será su elemento tractor. La fecha prevista es 2027 y desde la dirección del merca vizcaíno, su CEO confirma que ya se han realizado las primeras reuniones con la empresa consultora adjudicataria para definir el plan de viabilidad de ‘Mercabilbao next’.

Valencia Fruits. A punto de concluir el ejercicio 2022, ¿cuál es el balance que realiza el CEO de Mercabilbao de este año marcado por aumentos de costes, inflación y conflicto bélico... de la marcha en el mercado vizcaíno?

Aitor Argote. Podemos calificar 2022 como un año diferente. Lo que no sé es ¡qué más nos queda por vivir! Salimos relativamente airosos de una pandemia con buenas cifras económicas y de empleo y nos encontramos una invasión acompañada de problemas de suministro y aumento de los costes energéticos, que deriva en una rampante inflación. Aun con todo y con espíritu positivo, seguimos avanzando, tratando de ayudar a las empresas operadoras del mercado y, aunque poco



Aitor Argote califica el ejercicio 2022 como “un año diferente” del que Mercabilbao ha salido relativamente “airoso”. / NR

“Con espíritu positivo seguimos avanzando tratando de ayudar a las empresas operadoras del mercado”

“En Mercabilbao estamos trabajando sobre la parte de vehículos y personas para poder automatizar los accesos al mercado de una manera controlada y segura”

podemos influir; si hemos tenido la suerte de contar con un buen contrato de energía eléctrica, realizado de manera conjunta con el Ayuntamiento de Bilbao que, mientras la tarifa eléctrica, tanto durante 2021, como en 2022, crecía sin control, en Mercabilbao ha venido bajando ordenadamente, más del 30%, algo que, para un año de temperaturas tan altas como 2022 incide de manera favorable en las cuentas de resultados de las empresas de frutas y hortalizas.

VF. En primavera se anunció oficialmente el traslado de Mercabilbao al Parque Tecnológico de Ezkerraldea-Meatzaldea en el municipio de Ortuella. ¿Qué más puede adelantar de este gran proyecto previsto para 2027?

AA. El anuncio que hizo el Gobierno Vasco fue realizado en mayo de 2022 como antesala de la celebración en el BEC de Barakaldo, del Congreso Food4Future, en el sentido de la creación en Ortuella, en el Campus de Ezkerraldea-Meatzaldea, de un nuevo Parque Tecnológico alimentario del que Mercabilbao sería su elemento tractor. En mi opinión, hablar de futuro, de innovación y de sinergias en un país, que tiene la gastronomía como valor estratégico, es un gran acierto para el sector.

Desde Mercabilbao hemos procedido a la licitación para la realización de un plan de viabilidad que valide el proyecto y nos marque el camino a seguir, mientras que, desde la red de Parques Tecnológicos de Euskadi y desde el resto de instituciones concernidas, avanzan con sus cometidos en materia urbanística y de desarrollo territorial, entre otras.

Balance del Puerto de Bilbao y Mercabilbao en Fruit Attraction

El Puerto de Bilbao y Mercabilbao participaron conjuntamente el pasado mes de octubre en Fruit Attraction con el objetivo de acercar a los operadores nacionales e internacionales su posición como hub alimentario en el norte de la Península, así como explorar nuevas oportunidades para incrementar sus flujos de entrada.

Gracias a su amplio número de servicios marítimos, su oferta intermodal, su experiencia en el tráfico de perecederos, sus infraestructuras para frío y la labor conjunta que desarrolla junto a Mercabilbao, el Puerto de Bilbao canaliza el tráfico hortofrutícola de lugares como Centroamérica, Sudamérica y Sudáfrica, así como de diferentes puntos de la geografía española, con destino hacia Europa y otros lugares de la Península. Entre los mercados, destacan destinos como Reino Unido y la República de Irlanda, con los que el Puerto de Bilbao es líder en el transporte marítimo español.

Entre los servicios para atender los tráficos derivados de la importación y exportación de los productos



Cristina Ardeo, responsable comercial de Puerto de Bilbao. / NR

hortofrutícolas que se mostraron en Fruit Attraction destaca la plataforma telemática propia que el Puerto

de Bilbao ofrece a sus clientes para agilizar los procesos y las operaciones.

Por su parte Mercabilbao es el mayor centro de distribución de alimentos perecederos del Norte de la Península Ibérica y el sur de Francia gracias a su situación estratégica, muy próximo a la intersección del eje París-Hendaia-Madrid junto a la autovía del Cantábrico y una conexión directa con la red de autopistas, que junto al Puerto de Bilbao, le posicionan en el punto ideal para llevar a cabo una estrategia de internacionalización eficaz y de calidad. Esta alianza con el Puerto de Bilbao supone a la Unidad Alimentaria una ventaja competitiva para la captación de tráfico de productos hortofrutícolas, que le permite conectar con otros Mercados europeos y americanos, especialmente en el marco del desarrollo de actividades conjuntas Euro-Región Euskadi Aquitania. Mercabilbao y el Mercado Central de Burdeos mantienen una estrecha colaboración con el fin del desarrollo de actividades conjuntas y con el objetivo de dar un mejor servicio a la sociedad. ■

VF. *¿Qué va a suponer este gran cambio para las empresas que operan en MB, para detallistas, y en definitiva para toda la cadena de valor que compone Mercabilbao?*

AA. Un importante desarrollo. Además de la actualización tecnológica de las instalaciones, las sinergias que representan reunir en un mismo polo los distintos elementos de la cadena de valor, todo ello aderezado con los ingredientes que aportan la investigación, el desarrollo y la innovación, nos dan un sabroso resultado para el futuro. Y todo ello ordenado en unas instalaciones nuevas, mejoradas con lo aprendido en los años anteriores.

VF. *Entre los aspectos más satisfactorios en todos sus años como CEO de Mercabilbao, en nuestra última entrevista destacó “la entrada en la rueda de la evolución tecnológica y la apuesta por la transición digital”. ¿Cómo se traduce esto al día a día? Es decir, ¿cuáles son estos cambios digitales y tecnológicos?*

AA. Aunque estamos trabajando con la vista puesta en dar el salto a otra ubicación, ya que la nube está donde quiera que estemos, continuamos invirtiendo en desarrollo tecnológico. Así, para que lo veamos gráficamente, por la puerta de un mercado pasan fundamentalmente personas y mercancías, en su inmensa mayoría, dentro de un vehículo. De momento, en Mercabilbao estamos trabajando sobre la parte de vehículos y personas para poder automatizar los accesos al mercado de una manera controlada y segura, que nos arrojará datos, incluso de tráfico, pero que, asimismo, nos va a ayudar en el bloque siguiente, esto es, en el control de las mercancías, origen, destino, frecuencia, cantidades, precios, ... O ¿no sería interesante conocer las preferencias de consumo en determinadas zonas territoriales, ciudades o incluso barrios de las mismas? Contar con las diferentes combinaciones de esta información a un simple click en el móvil, acabará siendo una realidad tan cercana como cualquier compra online o el uso de cualquier App.

VF. *Se avecinan años de cambios y las opiniones serán dispares... por lo que, ¿cómo han respondido las empresas de Mercabilbao ante el nuevo futuro del mercado?*

AA. Ya que hacías una referencia al 50 aniversario de Mercabilbao de hace un año, creo que para entender qué supondrá este cambio, podemos ver lo que supuso el traslado de las empresas operadoras desde la calle ronda y adyacentes de Bilbao a Mercabilbao. Nadie quería venir, todo eran inconvenientes, pero seguro que, si preguntas hoy día, el resultado unánime será que mereció la pena, porque lo de “poner puertas al campo” es cosa de otro siglo. Es importante que rompamos paradigmas y veamos el futuro con ilusión. Y quien no lo vea, tendrá que diseñar su propia estrategia de alianzas temporales o definitivas para conseguir sus objetivos, tan respetables como los de cualquiera.

VF. *Hasta que llegue el momento del traslado, ¿cuál es ‘la hoja de ruta’ de la dirección de Mercabilbao para estos cinco años de transición?*

AA. La única hoja de ruta que conozco, no solo para estos cinco años, es trabajo. De momento, como antes apuntaba, estamos

“Además de la actualización tecnológica de las instalaciones, las sinergias que representan reunir en un mismo polo los distintos elementos de la cadena de valor, todo ello aderezado con los ingredientes que aportan la investigación, el desarrollo y la innovación, nos dan un sabroso resultado para el futuro”

comenzando con la empresa consultora adjudicataria, el trabajo para definir el plan de viabilidad de ‘Mercabilbao next’, o merca del futuro. Mientras tanto, seguimos trabajando en distintas capas de la información necesaria, tales como análisis de casos

de buenas prácticas en otras partes del mundo, tendencias constructivas, valoraciones y normas patrimoniales y otro sinfín de detalles con los que no os voy a aburrir. Para todo este trabajo es fundamental contar con la colaboración e ideas de las empresas



En el pabellón de frutas de MB. / NR

operadoras y usuarias, algo que venimos realizando y que, también, requerirá la empresa consultora para un mejor contraste y posterior definición y valoración del proyecto.

VF. *¿Veremos al CEO en el nuevo Mercabilbao?*

AA. Eso no es algo que esté en mi mano decidir, ahora bien, si lo que me preguntas es si tengo fuerzas para pilotar este Mercabilbao 1 te diré que sí. También es cierto que en los merca hay una afición histórica a la lotería y en ese sorteo extraordinario de Navidad, también se pueden dar historias extraordinarias, como reza su mensaje.

