CONTROL INTEGRADO DE PLAGAS EN SUPERMERCADOS

El evidente aumento de la calidad de vida que han experimentado las sociedades en los últimos decenios, exige continuos esfuerzos para mantener las condiciones de higiene y salubridad de los núcleos urbanos. Y como es de gran importancia su abastecimiento, nacieron los mercados y supermercados encargados de cumplir esta tarea.

Como podemos imaginar, el flujo de comida y de otros materiales en estos centros de abastecimiento es enorme, por lo que estos almacenes pueden ser concebidos como centros de gran actividad, o bien, como un cuello de botella dentro de la cadena de distribución de alimentos.

Dada la envergadura que hoy en día abarcan los supermercados en la vida de las personas, es de vital importancia que se realice un adecuado control de plagas a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde la recepción de los distintos productos en la planta hasta la llegada de los alimentos y otros productos a las manos del consumidor.

Una infestación por cualquier tipo de plaga, puede producir un deterioro de la reputación del negocio, además de las pérdidas económicas que pueden causar, debido a mercaderías arruinadas y alimentos contaminados que es necesario eliminar. A esto, debe sumarse los daños físicos en la infraestructura del establecimiento y el tiempo y dinero que debe invertirse para revertir la imagen de la empresa. No podemos dejar de mencionar el aspecto más importante de la presencia de una plaga, y es la posibilidad de dañar la salud de las personas, ya que éstas actúan como vectores de virus, bacterias y protozoos, que a su vez, son responsables de un sin número de afecciones, tanto para el hombre como para los animales domésticos.

Un ejemplo del potencial daño, es el efecto de 20 ratas eliminando sus deposiciones sobre los alimentos almacenados, pudiendo contaminar alrededor de 1000 kilos en un lapso de 15 días.

En los supermercados, debido al incesante tráfico de personas (hacia y desde bodegas y pasillos de venta), el ir y venir de los vehículos de carga y la constante reposición de mercaderías procedentes de los lugares más diversos, hay un riesgo permanente de entrada de ciertas plagas hacia el interior de los mismos. Esto, junto con la necesidad de realizar una constante limpieza y desinfección de los establecimientos, justifica la elaboración de un protocolo bien estudiado y organizado para alcanzar un nivel óptimo en el control de plagas, comparable a los estándares más altos exigidos a cadenas de supermercados internacionales. Para cumplir con este objetivo, es fundamental la conversación directa y periódica con el personal del supermercado, quienes además, nos proporcionarán antecedentes, como el tipo de plagas que se manifiestan de manera frecuente y la ubicación delproblema.

INSTALACIONES

LA INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS EN CHILE

La industria de supermercados en Chile ha alcanzado un nivel altamente competitivo, con una sostenida consolidación en torno a las grandes cadenas de distribución.

Al principio, los supermercados estuvieron orientados hacia los segmentos socio económicos más altos. Luego, durante la década de los ochenta, se desarrollaron estrategias de diferenciación comercial como servicio, calidad, variedad y precios bajos. Así se produjo una expansión del sector con el desarrollo de grandes cadenas de distribución y la

aparición de nuevos atributos importantesdel negocio además del precio y calidad, como la ubicación y tamaño del local, la atención al clientey el nivel de variedad de productos comestibles y no comestibles.

Es posible segmentar el mercado en cuatro grupos de acuerdo a las necesidades del consumidor: Establecimientos de conveniencia, económicos, tradicionales e hipermercados.

1. Las tiendas de conveniencia son de tamaño pequeño, es decir, una superficie de sala de ventas menor a 1.000 m² y la cercanía es un atributo importante en la decisión de compra. Poseen un limitado número de productos, que en su mayoría son de primera necesidad.

2. Los supermercados económicos poseen instalaciones entre 1.000 m² y 3.000 m². En ellos se puede encontrar un mayor surtido de productos que en los locales por conveniencia. Poseen un fuerte énfasis en el precio de venta y están enfocados a la venta diaria y semanal.

3. En el segmento de supermercados tradicionales, los locales poseen una mayor área de venta, situándose entre los 3.000 m² y 6.000 m² de superficie. El número de productos es mayor que en los segmentos anteriores, llegando a ofrecer cerca de 10 mil productos, también incluye vestuario, hogar y electrónica aunque en menor variedad que los hipermercados. La periodicidad de la venta es semanal y quincenal.

4. Por último, el formato hipermercado posee salas de venta sobre 10.000 m² y ofrece a sus clientes la más variada gama de productos disponibles, no sólo en alimentos y abarrotes, sino también vestuario, hogar y electrónica, junto con poseer precios bajos para los productos de baja rotación. Adicionalmente, cuentan con servicios de comida, cafetería y pastelería. Su periodicidad es quincenal y mensual.

Actualmente, los supermercados son el canal de distribución de ventas al detalle más importante de consumo masivo. El desarrollo de las ventas de la industria ha estado relacionado con el aumento del ingreso per cápita y con la mayor presencia de supermercados. Estos han ido captando paulatinamente más consumidores desde los canales de ventas tradicionales, como almacenes, ferias y mercados.

Se estima que los supermercados concentran un gran porcentaje del consumo en alimentos y productos básicos para el hogar a nivel nacional y que incluyen, además, el gasto en no comestibles como vestuario y equipamiento para el hogar.

El control de plagas en supermercados abarca distintas secciones de los establecimientos, tanto internos como externos, y además incluye sus áreas aledañas, como la recepción de mercaderías, la zona de elaboración de productos alimenticios, sector de empaque, depósitos y almacenes, zona de vestuario, cocina y baños del personal.

También deben tenerse en cuenta otros aspectos fundamentales donde podrían generarse problemas, como los medios de transporte y las instalaciones o depósitos de los proveedores (exigir certificados de control de plagas).

Todo esto se debe a que los insectos y roedores no aparecen de la nada, sino que ingresan desde el exterior, a través de deficiencias en la infraestructura (problemas de hermetismo), también por las mercaderías o insumos desde los depósitos de los proveedores o en los propios vehículos de transporte y por último, por problemas en temas como manejo de las basuras (frecuencia de retiro, disposición final etc.).

PLAGAS

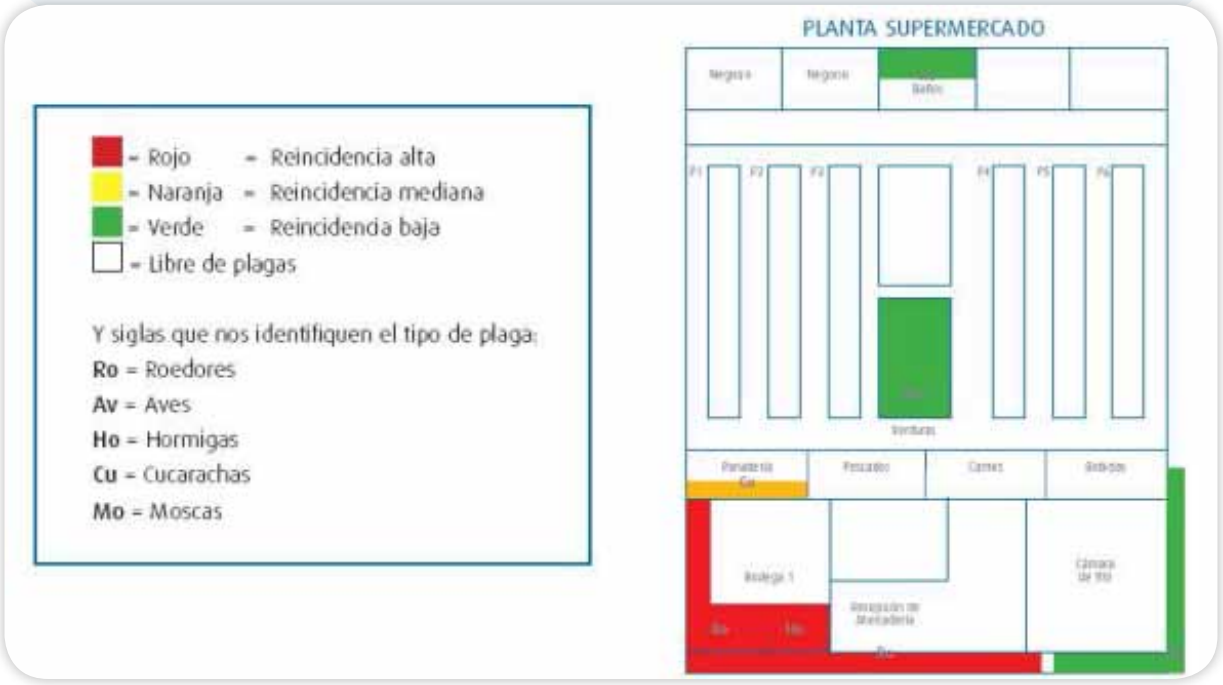
Las plagas más importantes y comúnmente encontradas en supermercados son:

- Cucarachas
- Diversos agentes presentes en productos almacenados, como escarabajos y mariposas nocturnas
- Moscas
- Aves
- Roedores

Las áreas claves para atacar este problema son: área de delicatessen, panadería, área de restaurante, áreas de almacén y recepción de botellas, pasillos de alimento para mascotas, área de alimentos perecederos, sección de frutas y vegetales, salas de descanso y vestidores de empleados, el departamento de carnes y el área de disposición de basuras tanto dentro como fuera del recinto.

Los espacios vacíos detrás y entre las estanterías, así como también las esquinas donde se almacena la carne, se presentan como lugares en los que fácilmente es posible encontrarcucarachas, hormigas y roedores, debido a la gran cantidad de residuos orgánicos que allí seacumulan. Estos espacios son un verdadero desafío al momento de tratar estas plagas, dada lagran dificultad para acceder a ellos y mantenerlos correctamente limpios e higiénicos.

Deben realizarse inspecciones periódicas, dejando registros de los hallazgos y tratamientos realizados. También se debe elaborar un plano del recinto, destacando aquellas áreas que presenten mayor reincidencia en plagas. Se recomienda utilizar colores que permitan visualmente facilitar dicha problemática, como se presenta a continuación:



Esta forma de presentar la presencia de plagas al interior de un supermercado nos permitirá claramente identificar las áreas problemas. Con la elaboración de este plano, el siguiente paso es conversar con el administrador o con la persona asignada al tema, señalándole esta reincidencia de actividad de plagas en determinados lugares, lo que nos puede estar indicando un problema de manejo (humano) o una deficiencia de la construcción. Cualquiera sea la causa, debe rectificarse a la brevedad para contrarrestar al máximo dicha actividad.