

F&H

LOGÍSTICA PROFESIONAL

ENTREVISTA

Joaquín FERNÁNDEZ



CONEXIÓN DEL MEDITERRÁNEO

Un anhelo de futuro

100% Calidad y Fiabilidad

TROPS

www.trops.es

TRANSPORTES J.CANO

Polígono Aljoroque, s/n. - Antas (Almería)
Telf. 950 61 90 03. Fax 950 61 91 31 - www.jcano.es



PLATAFORMA INTERNACIONAL ADNAGROFOOD

Tras 30 años acompañando a las empresas de nuestro sector agro por todo el mundo, nos hemos unido a los operadores líderes en el mercado para que a la hora de internacionalizar tu negocio cuentes con los servicios, la experiencia y las respuestas especializadas que te ofrece nuestra **PLATAFORMA INTERNACIONAL**.

Sí, te interesa: www.plataformainternacional.com



 **cajamar**
CAJA RURAL

Controlamos **temperatura, posición e intrusión** en sus envíos en tiempo real y a nivel mundial

Un gran servicio tiene unos grandes beneficios que harán el trabajo de su empresa más profesional y práctico.



Cadena de frío

Total trazabilidad de la cadena de frío con reportes diarios de información.



Control 24h/7días

Alerta de temperatura 24/7 cuando salga de los rangos establecidos.



Control intrusión

Control de entrada de inmigrantes o droga en sus medios de transporte.



Geolocalización

Geolocalización a tiempo real de su mercancía en todo el mundo.



22:15PM

+90.435.212

+75.454.329

+55.987.777

+17.003.34A

17°C

<POSICIÓN>
BULGARIA

Anserlog 
Servicios Logísticos



6

Panorama

Con un volumen de 4,5 millones de toneladas en tráfico de mercancías Ro-Ro y 9 millones de toneladas en carga refrigerada Puerto de Amberes muestra su predisposición para el negocio hortofrutícola y con la banana como referencia.

◆ **Entrevista**
JOAQUÍN FERNÁNDEZ

8

◆ **Intermodal**
LA HOJA DE RUTA
DEL CORREDOR
MEDITERRÁNEO

10

◆ **Picking**
LOS CONSUMIDORES
APUESTAN POR EL CARTÓN

14

◆ **Export to**
BRASIL MUESTRA SUS
ENCANTOS

16

◆ **Industria auxiliar**
ZUMEX QUIERE
PENETRAR EN LOS
MERCADOS ASIÁTICOS

19

20

◆ **Industria auxiliar**
RENAULT TRUCKS CUENTA
CON UN NUEVO CAMIÓN
LABORATORIO PARA
REDUCIR CO2

21

◆ **Industria auxiliar**
AMIBLU EXHIBE SUS
SOLUCIONES DE AGUAS
SOSTENIBLES

24

◆ **Origen-Destino**
COSTA RICA MUESTRA
SUS OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO

25

◆ **Logistic news**
LATIIONAMÉRICA LE HACE UN
GUIÑO AL PUERTO DE BILBAO

26

◆ **Logistic news**
MAERSK REVITALIZA EL
GÉNERO HORTOFRUTÍCOLA
DEL PUERTO DE MARÍN

◆ Secciones	6 Panorama	16 Export to	25 Logística News
	8 Entrevista	18 Tic	28 Distribución
	10 Intermodal	19 Industria Auxiliar	30 Gestos
	14 Picking	22 Origen-Destino	31 Ways



Foto: Francisco Bonilla

Carga de contenedores (TEUs) en camiones.

EDITA:



C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano
Portal I - 6º D. 04009 Almería
Telf. +34 950 62 54 77
Fax +34 950 14 06 89
E-mail: info@fyh.es
www.fyh.es

D. LEGAL: AL - 270 - 2000.
ISSN: 1886 - 6484

Director: Rafael I. Losilla Borreguero

Redacción y Firmas: Daniel Lafuente, Manuel Flores, Marina López.

Fotografía : Francisco Bonilla.

Producción/suscripciones: Trinibel Barranco.

Jefe Desarrollo Contenidos y Publicidad: Manuel Flores.

Diseño y Maquetación: Francisco Valdivia.

Imprime: Gráficas Piquer.

F&H es una revista pluralista que, respetando las opiniones de todas las colaboraciones que se insertan en la misma, no se hace, necesariamente, partícipe de ellas.

Puerto de Amberes |

Puerta de entrada a la banana de ultramar

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

CON UN VOLUMEN DE 4,5 MILLONES DE TONELADAS EN TRÁFICO DE MERCANCÍAS RO-RO Y 9 MILLONES DE TONELADAS EN CARGA REFRIGERADA MUESTRA SU PREDISPOSICIÓN PARA EL NEGOCIO HORTOFRUTÍCOLA Y CON LA BANANA COMO REFERENCIA.

El Puerto de Amberes sigue navegando con viento a favor. De hecho, ya es primer importador de banana del mundo. El fuerte aumento en el volumen de carga refrigerada: En los últimos años, el tráfico de productos perecederos del puerto de Amberes ha aumentado notablemente, y, solamente en 2016, llegaron barcos frigoríficos con un total de 9,02 millones de toneladas, un 6,1% más que el año anterior. Hasta hace unos años, algunas frutas, como las bananas, se transportaban a granel, pero cada vez se envían más en contenedores refrigerados, que no solamente

se cargan y se descargan, sino que las empresas logísticas del puerto ofrecen una gran gama de servicios de valor añadido, como control de calidad, envasado y gestión de trámites aduaneros

Esta realidad hacen de este Puerto un referente internacional para el transporte de mercancías perecederas. Cierra 2014 con un record absoluto de carga que asciende a 198,8 millones de toneladas de mercancía, lo que representa un aumento del 4,2 por ciento en comparación con 2013 y supone, además, un nuevo récord para este enclave belga.

Este crecimiento se sustenta en el buen comportamiento del tráfico de contenedores y los graneles líquidos, como destaca

Maartje Driessens Business Development Manager en la empresa portuaria de Amberes, que califica como "impresionante" el movimiento de Teus en 2016. En total, el número de contenedores aumentó un 4,5 por ciento, hasta los 8,5 millones de teus, situándose detrás de los puertos de Róterdam y Hamburgo con 11,6 y 9,2 millones de toneladas, respectivamente. Las previsiones del puerto apuntan a que Amberes deberá superar en 2017 la cota



Zona de carga y descarga.



Control de calidad

de los 10 millones de Teus.

RO-RO. En 2017, la escena del transporte marítimo de contenedores estará dominada por las alianzas 2M, Ocean Alliance y THE Alliance, por lo que es más importante que nunca para los puertos asegurarse su lugar en las respectivas rutas. Hasta ahora Amberes lo ha logrado.

Entre tanto, el volumen ro-ro ha disminuido en un 1,9 por ciento, con un total de 4,56 millones de toneladas al final del período de 12 meses. Este resultado negativo se debe a la realización, en el lado de las exportaciones, ya que las exportaciones ro-ro a África y el Cercano Oriente se han reducido en un 15 por ciento y 18 por ciento, respectivamente. De hecho las exportaciones a todos los países del Golfo Pérsico han caído.

Por el lado de las importaciones, sin embargo, el volumen ro-ro ha crecido hasta un 9,5%.

El volumen de carga fraccionada convencional por su parte, se contrajo en un 2,4%, finalizando el año con 9,76 millones de toneladas.

También es notable el fuerte aumento en el volumen de carga refrigerada: creció en un 7,5 por ciento hasta 7,8 millones de toneladas. "Estas cifras vienen a destacar la remarcable posición de Amberes como importante puerto para frutas y hortalizas", afirma Dillen. El volumen de graneles líquidos, por su parte, ha aumentado un 5,4 por ciento,



Plano del Puerto de Amberes.

hasta lograr 62,7 millones de toneladas, gracias sobre todo a las exportaciones, que se han disparado hasta un 17,8 por ciento en 2014. En el año 2014, unas cuantas compañías navieras decidieron ampliar sus servicios con una primera escala en Amberes, atrayendo más carga de importación y a su vez repercutió en un mejor equilibrio con la carga de exportación ya existente en Amberes. "La presencia bien equilibrada de los volúmenes de importación y exportación hace que el puerto de Amberes sea especialmente atractivo para cargadores que se preocupan especialmente de la eficacia de costes y durabilidad", destaca

Centro de capacidad profesional para frutas y perecederos. Hace un lustro años,

el puerto de Amberes Frutas y Perecederos centro conocimientos es un esfuerzo conjunto de la Comunidad Portuaria de Amberes, con el objetivo es mejorar el servicio de las frutas y productos perecederos en el Puerto de Amberes de una manera sostenible.

Los operadores portuarios privados que están especializados en la cadena de frío y la Autoridad Portuaria se esfuerzan por hacer el puerto más atractivo para los importadores. De hecho, los 30 miembros del Centro de Capacidad Profesional, desean mantener el enfoque el mejoramiento permanente de la cadena de frío a través de Amberes, al igual que la promoción de este eslabón vital en la cadena de suministro.

"Las áreas de interés son Sudáfrica, Chile, Perú, Ecuador y Brasil. Es más,

queremos aumentar nuestros volúmenes de importación de productos frescos, especialmente en el segmento de contenedores, que, como todo el mundo sabe, va a absorber todo el crecimiento en los próximos años", señala

Para carga de contenedores refrigerados el puerto de Amberes hay 6 terminales para contenedores disponibles, el equivalente a más de 10 kilómetros de longitud de muelles especialmente destinados a ello y más de 7.000 equipos para descarga.

El centro de conocimientos identifica tendencias, retos y oportunidades en el sector, define e implementa proyectos comerciales y de optimización pertinentes y apoya las acciones específicas y campañas dirigidas a mejorar la logística del frío de una manera duradera. ♦

Joaquín Fernández |
Director de desarrollo estratégico UNIQ

“Confiar en un embalaje UNIQ es apostar por una solución inteligente, innovadora y sostenible”

FERNÁNDEZ ANALIZA LA PROGRESIÓN DE LAS VENTAS DE LA INDUSTRIA DEL CARTÓN ONDULADO EN ESPAÑA PARA LAS FRUTAS Y HORTALIZAS Y LAS VENTAJAS QUE CONLLEVA EL SELLO DE CALIDAD UNIQ.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

L.P: ¿El envase agrícola de cartón es una pieza estratégica en el diálogo con el consumidor?

J.F: “En efecto, ya que es el embalaje más higiénico que hay, debido a que es de un solo uso, garantizando la mejor conservación. Que hay mejor para proteger productos que crecen de la tierra que un envase que también nace en la naturaleza”

L.P: ¿Qué representa el negocio de las frutas y hortalizas para la industria del cartón?

J.F: “Para la industria del cartón ondulado el sector hortofrutícola es su caballo de batalla y con un gran peso específico. Por eso escuchamos continuamente a todos los eslabones de la cadena y nos encontramos siempre en pleno desarrollo de I+D”.

Tendencias

L.P: ¿Qué tendencia estratégica contempla hoy el negocio del cartón en las frutas y hortalizas?

J.F: “Reforzar nuestra presencia en todos los mercados y continuar siendo el envase de referencia. El cartón ondulado es el embalaje preferido por los consumidores y mayoristas.

L.P: ¿El sello Uniq es una garantía para exportar?

J.F: “Por supuesto, ya que es el embalaje que mejor se adapta a las necesidades del circuito logístico, pudiendo seleccionar con UNIQ el tipo de envase en relación a la duración de éste (Clase “E”, “L” y “U”). Otro punto importantísimo para el transporte es la estandarización de medidas que asegura UNIQ”

L.P: ¿Es atractivo el envase de cartón ondulado para el consumidor?

J.F: “Como hemos mencionado anteriormente es el envase preferido por los consumidores, avalado por un estudio reciente realizado por AFCCO, siendo sus puntos más fuertes el reciclado y la sostenibilidad del embalaje de cartón ondulado. La facilidad de impresión del cartón ondulado, es el mejor dinamizador de ventas, ya que el consumidor sabe que está comprando en todo momento”.

Mejoras

L.P: ¿Qué representan las mejoras introducidas en el sector del embalaje?

J.F: “Las mejoras introducidas en el sector del embalaje de cartón



ondulado para productos hortofrutícolas gracias al sello de calidad UNIQ suponen un referente en el mercado actual. Debido al trabajo técnico desarrollado con ímpetu y fruto del know-how de la dilatada trayectoria en el sector, el uso del cartón ondulado como solución óptima para el transporte de productos frescos ha sufrido una revolución en apenas dos años”.

Novedades

L.P: ¿Es dinámico el sector del embalaje de cartón?

J.F: “UNIQ es un embalaje de cartón ondulado que se adapta a un mercado dinámico, el cual de forma continua demanda y solicita a sus proveedores nuevas soluciones y diseños de embalajes para sus productos. UNIQ ofrece un sistema abierto a la innovación y no cerrado a un banco de planos determinado. Una solución de diseño de embalaje, ya sea de columna abierta o de tejadillo, que cumpla en comportamiento y atienda a unas normas de fabricación es susceptible de llevar el sello UNIQ”.

L.P: ¿Puede nombrarme alguna de las novedades de los embalajes con sello UNIQ?

J.F: “Los embalajes con sello UNIQ poseen novedades que aportan significativas ventajas y un gran valor añadido a toda la cadena de suministro. Se ha definido una nueva clasificación de envases en función de las necesidades que requiere en tiempo desde que se envasa el producto hasta su llegada a destino. Con UNIQ, el profesional selecciona un tipo de caja en función del escenario logístico al que va a ser expuesto su producto, contando con embalajes hasta para cuatro días de trayecto (Clase E), entre 4 y 8 días (Clase L), y para más de 8 días (Clase U).

L.P: ¿Los envases UNIQ se adaptan a las necesidades de la gran distribución?

J.F: “Sí. Los embalajes UNIQ hacen gala de la estandarización de las medidas en sus embalajes cumpliendo así con los requerimientos en este ámbito que la gran distribución comercial exige por lo que además unifican al sector del cartón ondulado”. ♦

UNIQ hacen gala de la estandarización de las medidas en sus embalajes

La facilidad de impresión del cartón ondulado, es el mejor dinamizador de ventas

UNIQ es un embalaje de cartón ondulado que se adapta a un mercado dinámico

Corredor del Mediterráneo |

¿Alternativa al transporte por carretera?

Por Daniel Lafuente
 revista@fyh.es

EL CORREDOR MEDITERRÁNEO TIENE QUE PONERSE EN MARCHA Y DAR SERVICIO TANTO AL CIUDADANO COMO AL SECTOR AGRÍCOLA. ESTA REALIDAD NO SIGNIFICA LA DESAPARICIÓN DEL TRANSPORTE POR CARRETERA SINO UN COMPLEMENTO.

El Corredor Mediterráneo es el eje de comunicación de mayor concentración de población y actividad económica de España. Discurre por cuatro comunidades autónomas que suponen el 18 por ciento de la superficie de España y cerca del 40 por ciento tanto de la población como del PIB, y genera el 49 por ciento del tráfico total de mercancías, por medios terrestres, en España.

En el periodo 2012-2015, por primera vez se ha contemplado el Corredor Mediterráneo como eje esencial de transporte, fundamentalmente para mercancías. Así, se ha desarrollado un proyecto común para todo el Corredor, planificando la continuidad como un itinerario completo y sin ruptura en el transporte ferroviario con Europa, lo que supone un impulso para la economía y productividad de las empresas españolas. De este modo, en diciembre de 2012 se presentó un plan global de instalación del ancho estándar en el Corredor, y en noviembre de 2013 se consiguió que

formase parte de la red básica en la nueva definición de las Redes Transeuropeas de Transporte de la Unión Europea (RTE-T).

Ancho de vía. El proyecto de implantación del ancho estándar (1.435 mm, el más utilizado en Europa y en la red española de alta velocidad) en el Corredor Mediterráneo ha sido una prioridad para el Ministerio de Fomento, dado que comunica los principales nudos de actividad de Levante y forma parte de uno de los grandes ejes de transporte europeo.

El objetivo de las actuaciones que están desarrollándose en el Corredor Mediterráneo es introducir mejoras tanto en la capacidad, fiabilidad y funcionalidad de la infraestructura ferroviaria (mayor número de circulaciones, mayor longitud de los trenes y reducción de los tiempos de viaje) como en la interoperabilidad (conexión con otras redes ferroviarias europeas) y la conectividad de la misma (enlaces a puertos y centros indus-

triales), con el fin último de ofrecer mayores oportunidades y un mejor servicio a los diferentes actores del sector.

“Es necesario que el Corredor Mediterráneo llegue en las mejores condiciones a la Región de Murcia para permitir el transporte de mercancías hortofrutícolas. Además, reivindicamos la necesidad de contar con un área logística que nos permita también enviar por aire nuestras mercancías desde la Región de Murcia, ya que tenemos la oportunidad de llegar a nuevos mercados que nos permitan ampliar nuestras exportaciones”, afirma Juan Marín Bravo, presidente de Proexport.

Conexiones. En la misma línea, Carles Mayor, sales manager Puerto de Barcelona, apunta que “el Corredor Mediterráneo es clave para el sector hortofrutícola porque conecta las principales zonas de producción de la península Ibérica (Andalucía Oriental, Murcia, Valencia, Lleida...) con los mer-



cados del centro de Europa y con grandes puertos como Barcelona, Valencia, Sète, Algeciras y Marsella. Además, añade que “está demostrado que para grandes volúmenes el ferrocarril contribuye a reducir significativamente el coste de transporte. En definitiva, para los importadores y exportadores hortofrutícolas es crítico estar conectado a su principal mercado, Europa, mediante una infraestructura terrestre, ferroviaria y portuaria preparada para la gran demanda de distribución. Esta es una condición indispensable para que el sector logístico y la cadena de suministro puedan disponer de las mejores herramientas para competir en condiciones óptimas”.

De este modo, se están impulsando las líneas de alta velocidad, enfocadas en el ámbito de las mercancías, ya que se ha apostado por la implantación del ancho estándar para eliminar la ruptura de carga en la frontera, lo que redundará en una mayor competitividad en los tráficos internacio-

nales. Se trata, en definitiva de aumentar la cuota modal del ferrocarril, impulsar el desarrollo económico y contribuir a la cohesión territorial.

Adaptación. En este sentido, hay que destacar que la configuración del Corredor inicialmente planteada ha debido adaptarse en algunos casos a las necesidades

expresadas por las operadoras ferroviarias y a su limitada capacidad de movilizar trenes de mercancías en ancho estándar UIC (actualmente, el parque de este tipo de material móvil es muy escaso en nuestro país).

De este modo, la ejecución de las obras, es decir, la implantación del ancho estándar en cada uno de

los diferentes tramos, se está efectuando de manera progresiva, para que pueda realizarse la necesaria transición de un modelo de explotación en ancho ibérico a otro en ancho estándar, sin que ello suponga un obstáculo al transporte de mercancías durante esta fase intermedia.

Entorno europeo. Los Co-

Proyecto Easyfresh Express

El primer tren de contenedores frigoríficos Easyfresh Express entre España y Holanda partió a finales de abril de este año de la terminal de Valencia-Silla y estuvo coordinado por la firma Frigobreda, uno de los socios propietarios de Easyfresh, el único proveedor logístico de contenedores refrigerados global con sede en Valencia, España.

Varios operadores ferroviarios se encargarán del transporte a lo largo de los 1.800 kilómetros que mide esta ruta.

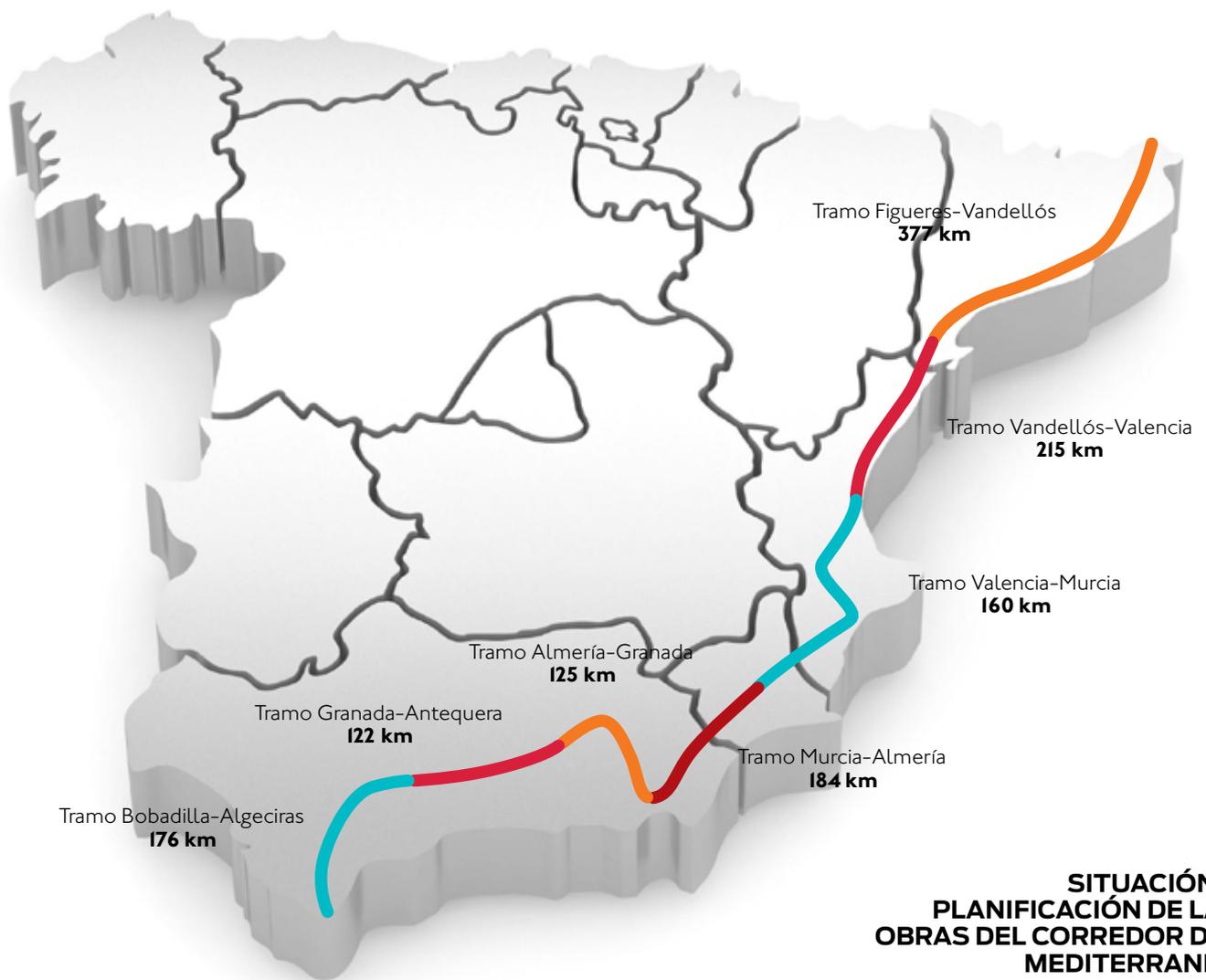
El tren está equipado con contenedores eléctricos diésel de 45 pies. Estas unidades tienen la mis-

ma capacidad que los camiones frigoríficos, con los que se suele transportar las mercancías hortofrutícolas desde España al Viejo Continente.

El destino de esta carga es el puerto holandés de Moerdijk, uno de los más importantes de este país y el que se ubica más hacia el interior, muy cerca de las instalaciones frigoríficas de Frigobreda. Su conexión abierta con el mar y la posibilidad de elegir entre transporte ferroviario, por vía fluvial, por mar o por carretera sirven como nexo de unión para los productos españoles en destino.

Intermodal

CORREDOR DEL MEDITERRÁNEO



SITUACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS OBRAS DEL CORREDOR DEL MEDITERRÁNEO

redores Ferroviarios Europeos de Mercancías constituyen uno de los pilares básicos de las RTE-T (Redes Transeuropeas de Transporte). Creados en 2010 por la Unión Europea, su objetivo es configurar una red europea competitiva de transporte de mercancías por ferrocarril, capaz de adecuarse a las necesidades de los clientes de la cadena logística y, en consecuencia, de incrementar la cuota de mercado del transporte de mercancías por ferrocarril.

Los Corredores son a su vez un instrumento muy importante para promover la interoperabilidad y buscar estándares comunes en la gestión de la capacidad y del tráfico de trenes en

Europa. Por otro lado, al estar incluidos dentro de la red básica de las RTE-T, los proyectos relacionados con los corredores europeos de mercancías son elegibles para recibir financiación de estos fondos.

El Corredor Ferroviario Europeo de Mercancías nº 6, también conocido como Corredor Mediterráneo, conecta 90 puertos y terminales logísticas de 6 países del arco mediterráneo y Este de Europa sobre más de 7.000 kilómetros de vías, desde Algeciras hasta la frontera con Ucrania, pasando por Francia, Italia, Eslovenia, Croacia y Hungría.

Beneficios. El secretario general de Economía de la Junta de Andalucía, Gaspar

Llanes, ha afirmado que "España reforzará su economía si apuesta de forma decidida por Andalucía como nodo portuario y logístico principal del país", y ha vuelto a reclamar de forma prioritaria la conexión ferroviaria entre Algeciras y Bobadilla, que permitiría aprovechar la posición geoestratégica de Andalucía suponiendo una oportunidad privilegiada de generación de riqueza y empleo en toda la Península.

Así, el titular de la secretaría de Economía de la Junta, ha señalado que los siete puertos andaluces suponen el 30 por ciento de las mercancías que se mueven en todo el país por vía marítima. Y España cuenta con Algeciras, el primer puerto

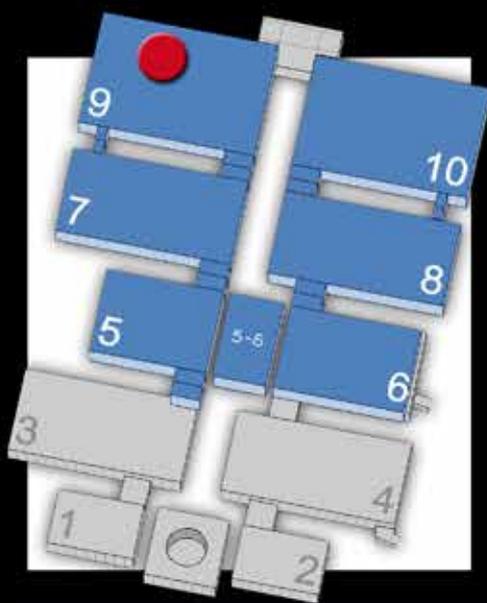
del país en tráfico total de mercancías, superando los 100 millones de toneladas en 2016, que supone el 20 por ciento del total de España.

Además, ha continuado Llanes, "las regiones no costeras de España mejoraran sus exportaciones internacionales si el Gobierno de España apuesta por culminar las conexiones ferroviarias de los corredores centrales y Mediterráneo con Andalucía. Todos sabemos que los puertos andaluces, con Algeciras a la cabeza, son los mejores puntos de conexión de España y Europa, con Asia, América y África, mercados que protagonizarán el mayor crecimiento mundial de las próximas décadas". ♦



F&H

FRUTAS Y HORTALIZAS



VISÍTENOS:
STAND: 9F11



fruit attraction
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

18-20
OCTUBRE
2017
MADRID-ESPAÑA





El cartón juega con ventaja de mañana

LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES DEL FUTURO ATIENDEN MEJOR AL CARTÓN QUE AL PLÁSTICO COMO ARGUMENTO DE SOSTENIBILIDAD. LOS MILLENNIALS OFRECEN NUEVOS HÁBITOS Y LA INDUSTRIA DEL CARTÓN TRABAJA EN OFERTAR ENVASES MÁS ECOLÓGICOS, SABIENDO QUE JUEGAN CON VENTAJA.

Son los Millennials. La generación que viene entre 18 y 35 años, que asumen hábitos alimenticios y consumo diferentes a sus padres. Sus valores son diferentes y el término sostenibilidad está muy arraigado.

Para los Millennials el cartón es sostenibilidad y el 64 por ciento de los consumidores de este grueso de la población aprueban y prefieren el uso del cartón en la expedición y presentación de las frutas y hortalizas, frente al 15 por ciento que se decantan por el plástico.

El estudio, realizado por la patronal de los supermercados –Aecoc–, señala que el 40 por ciento de los Millennials eligen sus productos frescos en función del envasado y “el cartón se asocia más a la sostenibilidad”.

Día a día. La periodicidad de compra ha cambiado en los Millennials, y ha aumentado por lo que no se exige tanta larga vida en el género, y esto beneficia al cartón.

El desperdicio es el princi-

pal motivo que explica que la periodicidad de compra se haya multiplicado. Un 39 por ciento de los Millennials afirma que no compran más cantidad por visita al detallista porque se le estropea el producto en casa y “se recupera una vuelta a las raíces en la manera de hacer la compra”, señala el informe de Aecoc.

Además de que la compra



Los Millennials identifican el cartón con la sostenibilidad y las buenas prácticas medioambientales.

se realiza con más asiduidad, los Millennials buscan productos de cercanía donde no se hace tan necesario el uso de envases que alarguen la vida del producto.

El 50 por ciento de los Mi-

llennials están concienciados y acostumbrados en buscar productos de cercanía, en donde el envasado del productor atiende mejor a las prestaciones del cartón que a las del plástico. ♦

La industria del cartón trabaja en agradar a los Millennials

El cartón juega con ventaja frente al plástico en la expedición de las frutas y hortalizas en un futuro próximo, ya que los Millennials asocian el cartón con la sostenibilidad.

Esta ventaja ha servido para que la industria del envasado de cartón trabaje en diseñar y producir cajas agrícolas “más ecológicas, reciclables y respetuosas con el medio, y que además puedan ir impresas para aportar información al consumidor. Los jóvenes prefieren cajas de cartón porque responden a sus exigencias”, señala Leopoldo Santorromán, presidente de Afco –Asociación de Fabricantes de Cartón Ondulado–.

Comunicación. Los Millennials buscan salud y “la clave para mantener este nicho de cliente es la comunicación, así como la ilustración en las formas de preparación de recetas sencillas y rápidas con las frutas y hortalizas”, asegura Santorromán.

El 40 por ciento de los Millennials consumen frutas y hortalizas a diario, ya que “este consumidor relaciona las frutas y hortalizas con la buena salud, a lo que se une el aspecto, el precio por kilogramo y el que sea de temporada para fomentar el acto de compra”, asegura Maite Arrizabalaga, gerente de la Cadena Agroalimentaria de Aecoc.



◆ NORGESGRUPPEN | PIDE A SUS PROVEEDORES EL USO DE RETRACTILADOS

Las cadenas noruegas Kiwi, Meny, Spar y Joker incrementarán la presencia de retractorilados o cubres de plástico en las unidades de venta de los productos hortícolas.

Es parte de la estrategia de reducir el desperdicio alimentario por parte del grupo NorgesGruppen, que tiene en Noruega más de 1.800 tiendas.

Los noruegos le han pedido a sus proveedores que los productos en 'packaging' vayan protegidos con retractorilado de plásticos para una mayor y mejor conservación del producto.

El argumento radica en que "el agua representa del 75 al 96 por ciento de las

hortalizas, y a temperatura ambiente, una zanahoria, pepinos o pimientos que no se empaquetan en plástico tienden a secarse rápidamente, provocando rechazos y productos no aptos para el consumo", explica Anne Marie Schroder de la firma medioambiental Matvett.

La cadena noruega señala que "una bolsa de plástico protege las verduras y luego pueden permanecer varias semanas en el frigorífico". Los datos de Norges sobre su clientela señalan que cada noruego desperdicia 42 kilogramos de comida al año por disponer de embalajes insuficientes. ◆

◆ BARCELONA | NUEVA EDICIÓN DE EQUIPLAST

Equiplast 2017 Barcelona contará con la presencia de las mejores empresas y profesionales relacionados con el sector, que mostrarán las últimas novedades e innovaciones relacionados con los mismos en sus diferentes vertientes y variantes.

Además, Junto con Equiplast, se celebra nuevamente el Salón de los Transformadores de Plástico.

El Grupo BASF participará en Expoquimia 2017, donde mostrará al público algunas de las innovaciones más sostenibles con las que dan respuesta a los principales desa-

fíos actuales como la economía circular, la alimentación saludable y el transporte sostenible.

Otra de las firmas que expondrá sus novedades durante esta feria es Sorema, que posee una amplia experiencia en el campo del reciclaje de PET y ha instalado cientos de líneas de reciclaje de botellas de PET en todo el mundo.

Sorema ofrece tecnologías de reciclaje punteras, con instalaciones llave en mano con el más amplio rango de flexibilidad en capacidad de producción (desde 500 a más de 9.000 kg/h). ◆

VIAJANDO CONTIGO ME SIENTO FELIZ

AFCO

SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD, SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es

LAS PUERTAS NO TOCADAS DE BRASIL

NUNCA HA SIDO BRASIL UN DESTINO DE DEMANDAS DE PRODUCTOS DEL HEMISFERIO NORTE Y LAS EXPERIENCIAS 'MADURAS' Y POTENCIALES VIENEN DE PORTUGAL Y ESPAÑA. EL ESCENARIO DE POSIBILIDADES SE CENTRA EN LA FRANJA RIO DE JANEIRO-SAO PAULO-SALVADOR DE BAHÍA, PERO ¿QUÉ HAY DE LA OTRA BRASIL?.

Por Rafael Losilla
rlosilla@fyh.es

El Brasil de ayer (2008) no es el de hoy (2016). La emergente clase media ha perdido mucho poder adquisitivo y las aspiraciones brasileñas han quedado mermadas. No obstante, queda del Mundial de Fútbol (2014) y las Olimpiadas de Río de Janeiro (2016) una base aumentada de clase media, que es la que mantiene las importaciones frutícolas que provienen de Europa. No es Brasil un destino necesitado de fruta de contraestación del Hemisferio Norte, pero sí existe un nicho de mercado en la franja Río de Janeiro y Sao Paulo, que gusta de frutas no habituales en Brasil.

Los proveedores del Norte.

España es el primer proveedor frutícola del Hemisferio Norte a Brasil de la mano de un amplio portfolio de referencias, destacando la fruta de hueso en donde introdujo en 2016 casi 34.700

toneladas. Es cierto que la dinámica comercializadora de España ha frenado y está muy lejos de las 48.466 toneladas que introdujo de fruta de hueso en 2012. Desde entonces, España ha puesto freno a su capacidad voraz de abordar Brasil con la fruta de hueso y se desconoce dónde está el suelo. El negocio del hueso español en Brasil es un claro ejemplo del ayer de Brasil y del espacio maduro que queda después de la crisis. Y mientras hay productos que su desarrollo depende de la crisis, otros son más constantes y se han instaurado en los nichos de mercado de la sociedad brasileña. Es el caso de la pera Rocha, una referencia introducida en las clases burguesas de Brasil, y básica en el balance comercial de Portugal.

Mercados estables. Brasil es el segundo mercado en importancia de la pera Rocha



La pera Rocha es la referencia europea más consolidada en el mercado de Brasil.

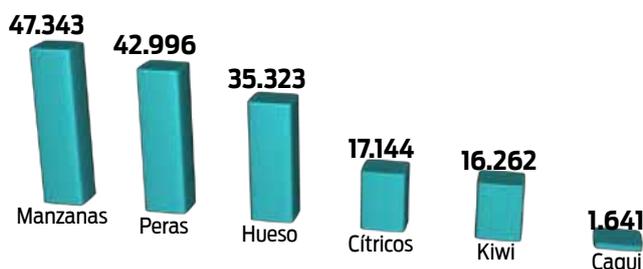
otras referencias frutícolas en la que Portugal está trabajando y que "mediante la Rocha se abren otras oportunidades para otros productos tanto en la exportación como en la importación", señala Emilio Lloret, director de Frutas Patricia Pilar.

No hay empresa portuguesa que no mire a Brasil, independientemente de como esté la situación..

Primero fue la pera y hoy es la manzana y empieza a ser el hueso y el kiwi. Portugal es el segundo proveedor del Hemisferio Norte de manzana en Brasil, tras los italianos de manera accidental. Pero Portugal respira destellos y ha pasado de manejar por debajo de las 1.000 toneladas en 2012 a las 9.000 toneladas en 2016.

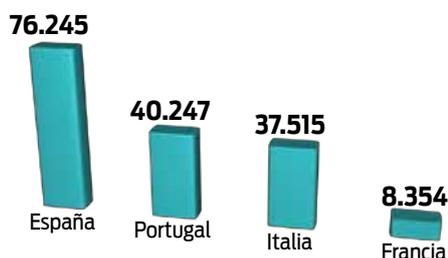
El dato de Italia corresponde a una falta de oferta por parte de Brasil, que despejó sus cifras a las 22.000 toneladas en 2016 frente a

portuguesa y destino estratégico para los exportadores lusos, junto al Reino Unido. Entre estos dos mercados acaparan más del 50 por ciento de las exportaciones, pero para Portugal, Brasil es mucho más que una ventana para la pera. Es una oportunidad para



IMPORTACIONES FRUTÍCULAS PROVENIENTES DE UE Y ORÍGENES (2016)

Tns. Fuente: Trademap.



ORÍGENES DE LA FRUTA IMPORTADA POR BRASIL DE EUROPA (2016)

Tns. Fuente: Trademap.

las 4.000 toneladas de media de los últimos años.

El kiwi. Otra gama en desarrollo es el kiwi. Italia es el primer proveedor internacional de Brasil con 14.216 toneladas exportadas a Brasil a pesar de tener la oferta chilena mucho más cerca.

Italia hace el mercado del kiwi en Brasil y España y Portugal iniciaron durante la campaña pasada su aventura. La portuguesa Kiwicoop empezó sus operaciones a Brasil durante la campaña pasada con más de 300 toneladas y "para este año duplicaremos las exportaciones trabajando directamente con la cadena Pao de Açúcar", señala Jose Carlos Soares, gerente de Kiwicoop.

Las puertas cerradas. Pero aunque Brasil huele a mercado maduro por la situación económica que vive el país, "este mercado no está trabajado aún correctamente", señala Paulo Correia, ejecutivo de ventas de la firma lusa Coopval.

Coopval es el mayor productor de pera Rocha del mundo y un gran exportador a Brasil. "Hemos trabajado bastante las plazas de las zonas costeras como Sao Paulo o Rio de Janeiro, pero Brasil tiene más posibilidades en el interior del país. Hay otras ciudades

y regiones que no se han abordado y desconocemos sus potenciales de demanda", señala Correia.

Y es que la zona costera se encuentra más desarrollada a nivel de supermercados y distribución organizada,

mientras que el interior depende más del comercio detallista tradicional y atomizado. ♦

Los puertos de entrada

El Puerto de Santos es la referencia para las operaciones de importación de Brasil, ya que se encuentra en el área de influencia que acoge a 75 millones de personas, con un alcance del 65 por ciento del Producto Interior Bruto, y acoge a las dos grandes metrópolis de Brasil: Rio de Janeiro y Sao Paulo. Sólo el Puerto de Santos recibió 3,6 millones de containers durante 2016, siendo el Puerto de Paranagua la alternativa con algo más de 780.000 containers. El Puerto de Santos cuenta con una superficie de 7,8 millones de metros cuadrados y "es el puerto más equipado para todo tipo de mercancías y tenemos una línea abierta permanentemente con Lisboa y con otros puertos del Sur de Europa", señala José Alex Botelho de Oliva a F&H –Logística Profesional–.



Impulsa tu negocio.

Gama de vehículos profesionales Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.



Saveres. Concesionario Oficial Mercedes-Benz.

Ctra. Nacional 340, Km. 446,5. Pol. Ind. Alfa. Tel.: 950 600 666. 04230 Huercal de Almería. www.saveres.mercedes-benz.es

Vehículos industriales |

Las matriculaciones crecen durante las vacaciones

LAS MATRICULACIONES DE VEHÍCULOS INDUSTRIALES REFLEJAN EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO UNA LEVE SUBIDA CON RESPECTO AL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR, SEGÚN LAS CIFRAS QUE BARAJA ANFAC.

Las matriculaciones de vehículos industriales, autobuses, autocares y microbuses, registraron un volumen de 1.691 unidades durante el pasado mes de agosto, lo que supuso una subida del 12 por ciento en comparación con el mismo mes del pasado año.

Durante los ocho primeros meses del año, el volumen total de matriculaciones fue de 17.011 unidades, con un moderado crecimiento del 2,9 por ciento con respecto al mismo periodo de 2016.

El volumen total de matriculaciones en estos ocho primeros meses del año está lejos de alcanzar el obtenido antes de la crisis: en el año 2007, entre enero y agosto, se habían matriculado más de 34.700 unidades, un 51 por ciento más que en los primeros ocho meses de este año.

Incluso en 2008, año que comenzó la crisis, el mercado de este tipo de vehículos fue mucho mayor que en la actualidad: 27.300 unidades, un 37 por ciento más que entre enero y agosto pasados.

Vehículos industriales. Entre enero y agosto de 2017 las matriculaciones de vehículos industriales han alcanzado las 14.828 unidades, registrando apenas un crecimiento del 1,1 por ciento respecto a los mismos meses del pasado año. Sin embargo, en el mes de agosto los registros de vehículos industriales sí han tenido una evolución más



positiva, con un ascenso del 12,4 por ciento y un volumen total de 1.539 unidades matriculadas.

Segmentos. En el mes de agosto los vehículos industriales ligeros (entre 3,5 y 6 toneladas de masa máxima), con un total de 53 matriculaciones, registraron un ascenso del 17,8 por ciento frente al mismo periodo de 2016. En el conjunto de los ocho primeros meses del año se ha producido una subida del 8,7 por ciento y un total de 438 unidades matriculadas. En el caso de los industriales medios (entre 6 y 16 toneladas), en agosto registraron un ascenso del 25,6 por ciento y unas matricu-

laciones de 280 unidades. Por lo que respecta al periodo enero-agosto de este año, las 2.373 unidades matriculadas han supuesto una caída del 3,8 por ciento frente al mismo periodo del pasado año.

Los vehículos industriales pesados (más de 16 toneladas de peso) por su parte reflejan en agosto un crecimiento del 9,5 por ciento y un total de 1.206 unidades matriculadas. En el cómputo de los ocho primeros meses del año, este segmento se mantiene prácticamente plano (+1,8 por ciento) en comparación con el mismo periodo del pasado año y un registro total de 12.017 unidades.

Dentro de esta categoría, el

segmento de los industriales pesados rígidos muestra tasas positivas en agosto, con un ascenso del 36,7 por ciento y un volumen total de 294 unidades. En el conjunto enero-agosto, se registra un crecimiento del 26,8 por ciento y 2.369 unidades matriculadas.

Por último, en el segmento de los tractocamiones nos encontramos con tasas negativas ya que, con 9.648 unidades matriculadas, cae un 2,8 por ciento entre enero y agosto de este año. Sin embargo, en el mes de agosto este segmento sí asciende: lo hace un 2,9 por ciento hasta alcanzar un total de 912 matriculaciones. ♦

◆ ZUMEX | BUSCA CONSOLIDARSE EN LOS MERCADOS DE ORIENTE MEDIO

LA FIRMA, REFERENTE MUNDIAL EN EL DISEÑO Y FABRICACIÓN DE SOLUCIONES INNOVADORAS PARA EL EXPRIMIDO DE FRUTAS Y HORTALIZAS, HA DUPLICADO EN TAN SÓLO TRES AÑOS SUS VENTAS EN ESTE ÁREA.



El consumo de zumos está de moda en todo el mundo, pero en los países de Oriente Medio es una tradición ya arraigada en sus costumbres. Esta es una de las razones por las que Zumex Group, ha convertido esta región en uno de sus focos de negocio. Las cifras así lo demuestran, y en tan sólo tres años la firma ha duplicado sus ventas. De hecho, la compañía ha acudido con una nutrida representación comercial de Zumex a GulfHost, la cita más importante para canal Horeca en Middle East, para promocionar sus innovadoras máquinas de exprimido y para presentar las últimas novedades de su portfolio, como la potente serie Speed Pro +Plus o sus renovadas licuadoras profesionales Multifruit, entre otras.

“Nuestras previsiones son optimistas y confiamos en cerrar un buen ejercicio en los mercados de influencia

en Oriente Medio”, explica Manfred Berbel, nuevo director comercial de Zumex Group, quien espera superar los 15 puntos de crecimiento en Middle East, respecto al ejercicio anterior.

Expansión. De hecho, las grandes cadenas de restauración, cafeterías, hoteles, supermercados e incluso hospitales de países como Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Kuwait o Qatar, entre otros, han apostado por implantar las máquinas de Zumex..

De esta manera, explica Berbel, “la visibilidad y proyección de Zumex se ha reforzado en los últimos años, lo que ha permitido allanar el camino a nuestra red de distribución en la zona y nuestro equipo comercial, que mantienen abiertos contactos de cara a potenciar nuestra presencia en distintos países de Middle East”. ◆

La Aduana

**Por Jorge
Caparrós**

ANALISTA DE MERCADOS
Y LICENCIADO EN
DERECHO
www.jcaparros.com



Conectapp al futuro

Comienza una nueva etapa para la agricultura y su conectividad en este crisol de cultivo mundial. El desarrollo de nuevas aplicaciones como la reciente Freshdeal, que permite la conexión entre más de 120 países, es sólo un pequeño paso hacia el inevitable crecimiento de nuestra actividad.

Junto a la presente surgirán nuevas e interesantes plataformas como el desarrollo de nubes digitales dónde almacenar información estadística que beneficie en amplia gama las estrategias de venta de los diferentes mercados de exportación de frutas y hortalizas. Empresas de todo el mundo podrán ahora contactar como si de una red social se tratase con otras de sectores similares para, no sólo conocer de interesantes futuras inversiones y acuerdos, sino aprender de direcciones de empresa y canales de mercado.

La aplicación no pudo entonces mantenerse atada a los pequeños agricultores, puesto que las empresas medianas y grandes buscan también la evolución del tradicionalismo a favor de una nueva forma de entender este negocio.

Y como he mencionado anteriormente, sólo es un pequeño paso la salida al mercado de esta plataforma, pero es uno en la dirección correcta, tal y como son todas las decisiones que vinculan la tecnología a la agricultura. El sueño de la conectividad comienza a invadir la realidad como si todo aquello que parecía inimaginables, para un sector como la exportación de frutas y verduras, hubiese sido tan sólo un deja vu esperando ser revivido.

Freshdeal ha llegado para estar en primera fila de una nueva avanzadilla tecnológica que va decidida a ganar la batalla a las viejas costumbres cerradas, y aunque actualmente se encuentra en periodo de verificación de usuarios, con el fin de dar seguridad a los empresarios en este nuevo y atrevido sistema de comercio en nuestro sector, es sin lugar a duda, un fresco sabor y una estupenda semilla para esta nueva temporada ante nuestros ojos.

◆ RENAULT TRUCKS |

NUEVO CAMIÓN-LABORATORIO PARA REDUCIR CONSUMO Y CO₂

RENAULT TRUCKS CONTINÚA SUS INVESTIGACIONES ENCAMINADAS A LA MEJORA DE LA EFICACIA ENERGÉTICA DE LOS CONJUNTOS TRACTOR-REMOLQUE. CON EL PROYECTO FALCON BUSCA DESARROLLAR UN CAMIÓN REMOLQUE COMPLETO CON UN ALTO POTENCIAL DE REDUCCIÓN EN EL CONSUMO DE CARBURANTE Y, EN CONSECUENCIA, EN LA EMISIÓN DE CO₂.

La reducción del consumo de carburante es esencial en el desarrollo de los camiones Renault Trucks, concebidos para ser fuentes de rentabilidad para las empresas de transporte. En la misma línea que los proyectos Optifuel Lab 1, Optifuel Lab 2, o más recientemente Urban Lab 2 en vehículo de distribución, Renault Trucks aborda actualmente la fabricación de un nuevo vehículo completo experimental, con el objetivo de obtener una reducción del consumo del 13% en relación a un enganche estándar remolcado por un Renault Trucks T.

Falcon. Renault Trucks lleva a cabo el proyecto Falcon, Flexible & Aerodynamic Truck for Low Consumption, junto a un consorcio de socios compuesto



por Faurecia, Michelin, Total, Fruehauf, Wezzoo, Benomad, Styl'Monde, Polyrim, Enogia, IFPEN, École Centrale de Lyon (LMFA) e IFSTTAR (LTE; LESCOT). Cuenta con financiación pública francesa a través del Fondo Único Interministerial (FUI).

Avances. Los avances tecnológicos tendrán como objetivo la rentabilidad de la inversión del cliente en

dos años como máximo y en condiciones normales de explotación, y se espera una industrialización a medio plazo. Abarcarán la optimización de la aerodinámica del conjunto tractor y semirremolque, neumáticos de baja resistencia al rodamiento y conectados, funcionalidades predictivas de ayuda a la conducción económica y de gestión de la energía, así como la mejora de la ca-

dena cinemática mediante una nueva generación de sistema de recuperación de calor Rankine, así como con una composición optimizada de lubricantes. Estas tecnologías se integrarán en un prototipo y se probarán en condiciones reales a partir de finales de 2018.

Con el proyecto Falcon, que finalizará en 2020, Renault Trucks dispondrá de un nuevo laboratorio sobre ruedas para evaluar las tecnologías que permitan seguir reduciendo el consumo de carburante de los conjuntos tractor - remolque. Asimismo, servirá de preparación ante las exigencias de futuras normativas, especialmente las europeas, sobre las emisiones de CO₂ de los camiones, las masas y dimensiones y los neumáticos. ◆

◆ AMIBLU |

SOLUCIONES DE AGUA SOSTENIBLES

Amiantit Europe (que incluye FLOWTITE Technology), se ha unido a Wietersdorfer HOBAS para formar la empresa Amiblu.

Las tuberías de PRFV proporcionan soluciones sostenibles en múltiples aplicaciones industriales y de infraestructura, como agua potable, rie-

go, aguas residuales y energía hidroeléctrica.

Las marcas Hobas y Flowtite ofrecen distintas ventajas como soluciones de tuberías y Amiblu garantizará la continuidad y el crecimiento de los dos antiguos competidores.

Un posicionamiento de productos más claro

frente a los materiales tradicionales acelerará la transición hacia soluciones de tuberías sostenibles. Nick Crofts, CEO de AMIBLU, y Claus Brun, CCO International de AMIBLU y antiguo MD de HOBAS, coinciden en que la fusión permitirá ofrecer más apoyo a sus productos y

realizar las inversiones necesarias para mejorar el posicionamiento de las soluciones de tuberías de PRFV. Esto plantea implicaciones a nivel global, dada la posición de los clientes y licenciarios de HOBAS y Flowtite Technology en todo el mundo. ◆



Spanish Ports
**Connecting The World
To Fresh Food**



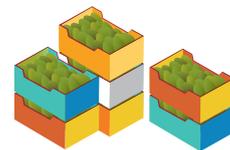
*Spain, The Global Leader
in Fruit and Vegetable Export*



**PRINCIPAL
HUB
OF SOUTHERN
EUROPE,**
LOCATED AT THE
CROSSING OF MAIN
SEA ROUTES.



**CONNECTED TO
THE MAJOR
TRANSPORT NETWORKS
OF EUROPE**



**MORE THAN
500 MILLION
TONS OF GOODS
HANDLED IN 2016,
INCLUDING
9 MILLION
TONS OF FRUIT
AND VEGETABLES**



www.puertos.es

Avda. del Partenón, 10
28042 Madrid - España
T +34 915245500
F +34 915245501

Puertos del Estado



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE FOMENTO

COSTA RICA

Su columna productiva recae en la banana y la piña

ESTE PAÍS CARIBEÑO TIENE EN LA BANANA Y LA PIÑA SUS PRINCIPALES PILARES PRODUCTIVOS Y DE NEGOCIO, DONDE LA EXPORTACIÓN JUEGA UN PAPEL CLAVE EN LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y DE DESARROLLO.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

Costa Rica es un país privilegiado, ubicado en América Central entre Nicaragua y Panamá y bañada por el Caribe. La diversidad geográfica y múltiples elevaciones de Costa Rica permiten una variedad de microclimas. Aunque es técnicamente un país tropical se puede experimentar todo tipo de climas, desde caliente y húmedo hasta un frío intenso.

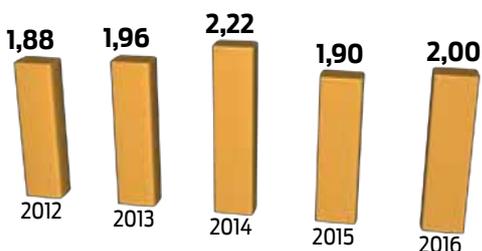
En la región del Caribe se encuentran localizadas la mayor parte de las plantaciones bananeras destinadas a la exportación. Las buenas condiciones de estos suelos así como su clima cálido hacen de la zona una de las mejores en todo el área centroamericana



para la producción de banana. Durante el 2014 el área bananera de Costa Rica alcanzó 42.917 hectáreas en producción, lo que representa un repunte del 0,2 por ciento con respecto a la superficie en 2013. La piña es el otro cultivo de

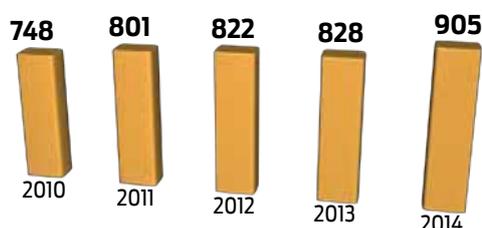
peso específico, no en vano contempla una superficie de 38.000 hectáreas repartidas entre las zonas de la región de Huetar Norte (47 por ciento); Huetar Atlántico (31 por ciento) y, por último, región Pacífico (22 por ciento). Con respecto al cultivo de

melón su evolución no es muy halagüeña. De hecho, la apreciación del colón, el alza en los costos de los fletes y el aumento de la competencia que enfrentan los productores de melón en Costa Rica ha hecho que muchos productores hayan disminuido su superficie. Las cifras no engañan. De hecho, de 12.000 hectáreas cosechadas en el 2007, han visto menguar sus cifras hasta las 6.100 hectáreas en 2011, por las 4.590 hectáreas en la actualidad, reflejando la dificultad que enfrentan para sostener los niveles de producción de años previos. Las hortalizas más cultivadas son las patata, cebolla, tomate, pimiento dulce. >>



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PIÑA DE COSTA RICA

(Expresado en millones de toneladas). Fuente: Trademap.



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE BANANA DE COSTA RICA

(Expresado en millones de euros). Fuente: Procomer.



TTI - ALGECIRAS
TERMINAL

APM - TERMINALS
ALGECIRAS



Europa

Océano
Atlántico

Mar
Mediterráneo

Puerto Bahía de Algeciras, La Puerta Sur de Europa

Puerto de
Algeciras 

www.apba.es



Una manera de hacer Europa

Fondos de Cohesión y Fondos FEDER 2007-2013

>> **Exportación.** En el año 2015, siguiendo con la tónica de los últimos años, el primero de los destinos de la banana fue la Unión Europea a donde se envió el 48,9 por ciento de la fruta nacional y a Estados Unidos el 40,5 por ciento del total de la producción bananera de exportación.

Otros mercados, principalmente países europeos no incorporados a la Unión Europea como Turquía y Noruega entre otros, recibieron un 5,3 por ciento de la fruta costarricense.

En los Estados Unidos, por razones geográficas, la mayor parte del banano de Costa Rica se importa a través de los puertos de la Costa Este. En la Unión Europea la mayor parte de la fruta se descarga en los puertos de Reino Unido, Bélgica. También Italia, Alemania, Grecia, España y Suecia, siendo estos los principales países europeos consumidores de banano de Costa Rica.

“Sin lugar a dudas Costa Rica es un país con vocación exportadora y la banana no es la excepción. Contamos con empresas muy preparadas para conquistar los mercados internacionales. De hecho, la tendencia de los últimos años es positiva con una facturación en 2015 superior a los 900 millones de dólares”, apunta Omar Sánchez, asistente gerencia general Corbana. Otro cultivo que gana peso en la oferta de este caribeño es la banana tipo dátil. “Este producto tiene potencial para ayudar al pequeño bananero, pero es necesario que el sector adquiera el conocimiento para manejar

los ciclos descendentes del mercado y también capacitar al pequeño productor en una mejor gestión de sus proyectos”, apostilla Sánchez.

Piña. Después de la banana, la piña es el otro pilar de referencia para el sector hortofrutícola. De hecho, durante el 2015 la produc-

ción de piña creció un 3,7 por ciento con respecto al 2014, generando ventas por encima de los 850 millones de dólares.

De acuerdo con la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña (Canapep), USA es el principal destino de la fruta costarricense, se envía el 50 por ciento de las

exportaciones. El segundo mayor comprador es la UE, zona que absorbe un 47 por ciento. Sigue la huella países como Chile y algunas islas del Caribe. Además, las comercializadoras están abriendo nuevos frentes de negocio en otros mercados con potencial de crecimiento como los destinos en Oriente Medio. ♦



Principales puertos comerciales de Costa Rica

Puerto Limón

Está situado a apenas 160 kilómetros de San José, la capital de Costa Rica, y comparte instalaciones para el almacenamiento de contenedores con el cercano Moín. Su ubicación estratégica en el continente y la proximidad con el Canal de Panamá lo convierten en el puerto más importante del país, del cual salen las abundantes exportaciones que superan los 7.000 millones de dólares anuales, según datos de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer).

Varios tipos de productos alimenticios agrícolas conforman el núcleo de bienes exportados del país. Así mismo, este puerto es receptor de una gran parte de las importaciones de materias primas y bienes de consumo.

Más de 2.300 buques atracan en sus muelles con carga contenerizada y granelera sólida o líquida, así como Ro-Ro (cargamento rodado). Este puerto además es destino o escala de un gran número de cruceros por el Caribe.

Puerto Caldera

Está ubicado en el Golfo de Nicoya, en la Bahía de Caldera. Cuenta con un canal natural de 13 metros de profundidad, tres atracaderos y está conectado a la red ferroviaria del país por un ramal que se enlaza con el Ferrocarril Eléctrico al Pacífico, según información de la Subdirección de Logística de ProColombia.

Actualmente, el Puerto se encuentra comunicado con los principales centros productivos, industriales y agrícolas a través de una carretera que a su vez le permite un acercamiento con la Zona Franca en Barranca de Puntarenas y con las provincias de Alajuela, Heredia, San José y Cartago. La zona de influencia del puerto para el movimiento de carga hacia el exterior, está orientada a países como EE UU, Asia, entre otros.

La terminal portuaria de Caldera se caracteriza por operar productos como los contenedores, granel sólido, hierro, frutas.

Algeciras, Valencia y Barcelona |

Entre los 100 puertos con mayor tráfico de contenedores

LLOYD'S LIST HA PUBLICADO RECIENTEMENTE SU INFORME ANUAL CON LA CLASIFICACIÓN DE LOS 100 PUERTOS CON MAYOR TRÁFICO DE CONTENEDORES DEL MUNDO EN 2016.



Puerto de Algeciras (izquierda) y el Puerto de Valencia se encuentran en el puesto 28 y 29 respectivamente del ránking mundial

Un año más, y no es ninguna novedad, los puertos asiáticos copan las primeras posiciones, pero los tres puertos españoles presentes en dicha lista –Algeciras, Valencia y Barcelona– mejoran sus posiciones y sus cifras de tráfico de contenedores respecto a 2015. Algeciras es el mejor posicionado, ya que se sitúa en el puesto 28°. En 2016 movió un 5,3 por ciento más de contenedores que en 2015, alcanzando 4.761.000 TEU y recuperando el liderazgo dentro del Mediterráneo, que el año pasado le había arrebatado Valencia. Cuando se lleven a cabo las inversiones previstas en la ampliación del área de Isla Verde, este puerto aumentará su capacidad hasta unos siete millones de TEU anuales.

Inmediatamente después, en el puesto 29°, se encuentra precisamente el puerto de Valencia, que crece un 2,2 por ciento hasta 4.722.000 TEUs. Con la ampliación de las tres terminales de contenedores



Puerto de Barcelona.

existentes y la construcción de la nueva terminal norte, podrá recibir hasta cuatro mega portacontenedores de forma simultánea, pudiendo aumentar su capacidad en tres millones de TEU entre 2018 y 2020.

Puerto de Barcelona. El puerto de Barcelona movió 2.236.960 TEUs en 2016, un notable 14,5 por ciento más que el año anterior, situándose en el puesto 74° de esta lista.

Informe. Según el infor-

me de Lloyd's List, los 100 puertos principales en tráfico de contenedores manejaron un total de 555,6 millones de TEU en 2016, poco más de 12 millones más que el ejercicio anterior, lo que supone un crecimiento moderado, de un 2,2%.

La lista está encabezada un año más por el puerto de Shanghai, con más de 37 millones de TEU movidos en 2016.

Entre los 10 primeros solo se encuentran tres puertos no chinos: Singapur en

segundo lugar, Busan en quinta posición y Dubai en noveno lugar). Los siete puertos chinos incluidos en esta lista movieron 206,8 millones de TEU, más de un tercio del tráfico mundial, pero con un exiguo crecimiento, de solo el 1,6 por ciento.

Los puertos del norte de Europa en general han registrado en 2016 un aumento moderado propio de un mercado maduro. Rotterdam subió un discreto 1,2 por ciento, con 12.385.168 TEU y descendió del puesto 11° al 12°. Amberes mantuvo el puesto 14°, pese a crecer un respetable cuatro por ciento con respecto al ejercicio anterior, lo que le permite superar por primera vez la barrera de los 10 millones de TEU (10.037.341). Los otros dos puertos más importantes del norte de Europa, son los alemanes de Hamburgo, que se sitúa en la posición 17° y Bremerhaven (26°), que crecieron en torno al uno por ciento cada uno. ♦

Latinoamérica se fija en el Puerto de Bilbao

EL PUERTO DE BILBAO PREPARA MOVIMIENTOS PARA CONVERTIRSE EN PUNTO ESTRATÉGICO DE LAS PARTIDAS FRUTÍCOLAS PROVENIENTES DE LATINOAMÉRICA CON DESTINOS CENTRO Y NORTE DE UE.

Julio de 2017. Secretaría General de Acción Exterior en Madrid. Están reunidos miembros del Gobierno de España, la Autoridad Portuaria de Bilbao, Mercabillbao y representantes de Perú, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Ecuador, México y Sudáfrica. En aquella reunión se trata

de cocinar una nueva vía para las frutas de Latinoamérica además de la entrada por Algeciras. Dos argumentos: Ganar tiempo en el puerto, ya que el Puerto de Bilbao requiere menos tiempo internamente; y reducir el traslado por carretera desde Algeciras hasta cualquier punto de

Europa. Algeciras se encuentra en el Sur de Europa y Bilbao se encuentra ligado estratégicamente con Francia y se trataría de ganar tiempo.

Reunión. Esta reunión no será la última, ya que la próxima será en Fruit Attraction para ver las posi-

bles conexiones y prestaciones que puede ofrecer el Puerto de Bilbao para la expedición de mercancías hortofrutícolas. Y es que zonas de producción como Perú, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia o Ecuador dirigen a Europa importantes cantidades de frutas y hortalizas

◆ PUERTO DE MARÍN | LA ENTRADA DE MAERSK MOVILIZA EL TRANSITO HORTOFRUTÍCOLA

LA ENTRADA DE MAERSK EN EL PUERTO DE MARÍN IMPULSA EL RETORNO FRUTÍCOLA ADEMÁS DE LA LÍNEA ABIERTA CON EL CANAL DE PANAMÁ. MARÍN HA REALIZADO UNA FUERTE APUESTA INVERSORA EN PRO DE LOS PERECEDEROS.

La terminal de fruta del Puerto de Marín, operada por Davila Reefer Terminal, mueve más de 115.000 toneladas de frutas y hortalizas al año. Se trata de un tráfico que crece año tras año en Marín y "la previsión es que se mantenga esta tendencia al alza", apuntan desde el Puerto de Marín.

De hecho, el puerto de la ría de Pontevedra es el principal puerto frutero del Arco Atlántico ya que "ofrece un servicio integrado con conexión marítima directa, almacenaje, clasificación y distribución a toda la Península, atendiendo tanto al mercado español como al portugués con la importación de productos hortofrutícolas de países como Costa Rica, Colombia, Ecuador, Chile o Guatemala, entre otros",



La entrada de la naviera Maersk en Marín ha revitalizado el comercio hortofrutícola.

señalan desde la Autoridad Portuaria. La entrada de Maersk en Mayo ha servido para dinamizar las ventas, ya que "este operador tiene enorme capacidad para generar rutas propias con varias zonas del Hemisferio Sur", señalan desde la administración del Puerto. Este puerto ha sido punto de conexión con productores

de referencia mundial en melón como Agrícola Famosa. El fuerte de sus entradas se ha realizado en un primer momento con mercancía brasileña para distribuir a España.

Canal de Panamá. Otro argumento de peso que le ha servido al Puerto de Marín ha sido el mejor acceso desde el Canal de Panamá.

Precisamente la fruta es una de las principales mercancías que recibe Marín vía Canal de Panamá y por ello mejoró sus infraestructuras al respecto con una terminal de fruta con seis muelles de carga, ocho cámaras, mil metros cuadrados climatizados para clasificación y distribución y cinco mil metros cuadrados de explanada contigua, además de 520 metros de atraque en dos muelles, así como con una terminal de contenedores con 490 metros lineales de atraque, más de 500 conexiones refer y unas modernas instalaciones de PIF. La Autoridad Portuaria subraya que el Puerto "dispone de conexiones terrestres con la red nacional de autopistas y autovías y ofrece un servicio 24 horas los 365 días del año". ♦



El futuro importador de Mercabilbao va ligado a la proyección frutera' del Puerto de Bilbao.

cifradas en millones de toneladas. En este proyecto se encuentra la plataforma Mercabilbao, que durante el ejercicio 2016 comercializó 217.000 toneladas de frutas y hortalizas para su área de influencia.

El objetivo de desarrollar las frutas y hortalizas desde el Puerto de Bilbao es doble: incrementar la actividad del Puerto, el cual goza de condiciones para ello; y elevar la actividad de los operadores de Mercabilbao hacia el Sur de Francia

con productos de contraestación. En la actualidad, "la capacidad de exportación de Mercabilbao es muy limitada, ya que nuestra estrategia se centra más en abastecer a los detallistas locales, y no desarrollar tantas estra-

tegias con detallistas internacionales", señala Rafael Torres de la Asociación Mayorista Frutas de Vizcaya.

Cifras y perspectivas. El tráfico de productos hortofrutícolas por el Puerto de Bilbao creció en 2016 un 17 por ciento para superar por primera vez las 200.000 toneladas de esta categoría. Además de Latinoamérica, el Puerto de Bilbao piensa en África, donde varias empresas de Bilbao tienen intereses en Marruecos como el mayorista Ruíz Osma; e incluso otros mayoristas de Mercasturias y Mercazagoza. El Puerto de Bilbao entiende que algunos de los mayoristas no vascos podría estar interesado en trabajar con el Puerto de Bilbao como vía de conexión con sus partidas hortícolas procedentes de Marruecos. ♦



MURGI-CARGO

AGENCIA DE TRANSPORTES

*Podíamos usar este espacio para ofrecer nuestra propia flota de camiones frigoríficos de última generación, nuestra experiencia en transporte internacional y nacional, la cartera de clientes a los que damos servicio, la certificación IFS... Pero hemos optado por un valor inconfundible: **puntualidad.***

◆ REINO UNIDO | ALDI RETOMA SU VISIÓN MÁS 'DISCOUNT'

Aldi ha visto rebajado sus pretensiones para 2018. Queda sólo un trimestre y su objetivo de alcanzar una cuota de mercado del nueve por ciento queda lejos. Las demás cadenas se han movido y han desplazado al descuento germano. Por este motivo, la cadena va a plantear un programa muy agresivo de precios hasta final de Navidad para aumentar la presencia de clientela en sus tiendas. Aldi prevé un aumento de los servicios logísticos aunque a costa del beneficio. De hecho, no es la primera vez que Aldi en el Reino Unido eleva las ventas pero sus beneficios caen drásticamente.



◆ EROSKI | YA CUENTA CON 49 PUNTOS DE RECOGIDA DE PEDIDOS 'ONLINE'

La cadena vasca Eroski ya tiene servicios logísticos para atender los pedidos 'online' en 49 tiendas de País Vasco, Navarra, Galicia y Cataluña. De estos 49 puntos, 31 son del servicio Click & Collect, completamente gratuito y pensado para el público urbanita. El servicio Click & Collect es un servicio mixto, ya que el cliente se desplaza al punto de venta dos horas después tras realizar la compra por la red. La cadena cuenta con 18 puntos Click & Drive, un sistema híbrido, ya que combina la compra 'online' con la recogida cuatro horas después de hacer el pedido sin tener que salir de su coche, similar al estilo 'Drive' en Francia. Estas propuestas son "apreciadas por la clientela por la comodidad y la posibilidad de una experiencia de compra sin fisuras que integra los canales on y offline y valoran positivamente la gratuidad del servicio", señala Mari Mar Escrig, directora de Negocio Online de Eroski.

Coviran ya piensa en Marruecos y Portugal

COVIRAN ABRIRÁ SUS PRIMERAS TIENDAS EN 2019 EN MARRUECOS Y PARA ESE MISMO AÑO QUIERE CONTAR CON 400 PUNTOS DE VENTA EN PORTUGAL. LA CADENA SEÑALA QUE TIENE PETICIONES PARA ALCANZAR LA CIFRA EN PORTUGAL.



Coviran alcanzará las 400 tiendas en tres años en Portugal.

◆ Por Rafael Losilla
 rlosilla@fyh.es

La firma española Coviran prepara su segundo salto internacional tras su entrada en Portugal hace seis años. Marruecos es el destino donde Coviran entrará en 2019 con la apertura de cuatro tiendas a la misma vez en manos de dos socios, siguiendo el modelo de comercio de proximidad. No ha trascendido mucho más de la operación Marruecos, aunque las primeras tiendas podrían estar en el Norte de Marruecos, ya que Coviran cuenta con tiendas en Ceuta y Melilla, y se apunta sobre la cercanía de los dos socios de Marruecos. Si ha trascendido sobre los objetivos para Portugal, donde la cadena cuenta con 327 supermercados y 300 socios, pero con el objetivo de llegar a las 400 tiendas en tres años con la incorporación de nuevos socios. "Portugal va como un tiro y la cadena podría convertirse en el segundo supermercado más importante del mercado luso en

número de tiendas", señala un portavoz de la cadena.

Canarias. La cadena cerró 2016 con una nueva plataforma en España, por lo que ya cuenta con 25 y se prepara para abrir la 26. El escenario de crecimiento e inversión de Coviran es Canarias. Coviran finalizó 2016 cumpliendo uno de sus retos: "la creación de una plataforma en Canarias". Lo ha hecho en la localidad tinerfeña de Güimar y ahora dará servicio a todos los detallistas de Canarias. Pero la cadena ya ha adelantado que prepara una nueva plataforma en Gran Canaria, como ubicar la primera plataforma en Cataluña, que daría servicio logístico a los cooperativistas de esta región y de Valencia. El plan estratégico de Coviran recoge capacidad de crecimiento en "diferentes territorios de España como Cataluña, Canarias, Madrid o Galicia", señala la Memoria 2016 de la cadena. ◆

Alcampo y Carrefour se plantean estrategias diferentes para sus 'hiper'

La figura de los hipermercados en Francia no pasa por su mejor momento. La propia fagocitación de los modelos 'Express' y las tiendas de proximidad cocinados por las empresas de la distribución, complican la viabilidad de los hipermercados. La ciudadanía prefiere acudir más veces a los puntos de venta y reducir las grandes compras para frenar el desperdicio alimenticio y reducir los costes alimenticios.

Cierres duros. El cierre del primer semestre de 2017 para Carrefour y Auchan ha sido duro y las soluciones son malas o peores. Auchan está decidiendo en estos días si realiza un recorte de precios y promociones agresivas para recuperar la cuota de mercado, aunque a costa de los márgenes comerciales y a costa de la

actitud de los proveedores agroalimentarios. Y Carrefour ha cogido el listado de los hipermercados no rentables para plantear estrategias de cierre o iniciar negociaciones con los trabajadores. Sea cual sea la solución, un 10 por ciento de las plataformas de los hipermercados está en el aire, porque la carga de trabajo se ha reducido. ♦



♦ MAKRO | QUIERE OIR A SU CLIENTELA

La cadena Makro ha puesto en marcha un proyecto piloto en siete de sus 'cash & carry' para conocer de primera mano la opinión de su clientela. El objetivo de la cadena 'cash & carry' es conocer de primera mano la opinión de los hoteleros y restauradores en todos los ámbitos de la actividad para lograr el objetivo de ser el referente para el canal Horeca.

Makro cuenta con 37 establecimientos en España y estas encuestas se implementará en todos los puntos de venta. Uno de los apartados de la encuesta es conocer el grado de satisfacción del servicio logístico interno y externo de las tiendas Makro entre la clientela del canal Horeca, ya que Makro entiende que una parte del éxito de Makro debe partir en dar rápida respuesta en los productos frescos a las necesidades de la clientela Horeca.

INTERNATIONAL LOGISTICS SERVICES

Emisiones de CO₂ neutras

Comprometidos con el medioambiente



Valoración Fruit Attraction

UNA FERIA QUE AÑO ATRÁS AÑO ESTÁ CALANDO MÁS FUERTE EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA, CON UN INCREMENTO EN EXPOSITORES Y VISITANTES.



◆ **Severino Pascual Astrata**

“Todo lo que rodea al sector hortofrutícola se da cita cada año en esta feria, donde el sector del transporte y la logística va ganando en presencia. Además es un escenario importante ya que se presentan las últimas novedades del sector y la plataforma de negocios de empresas internacionales. En definitiva, un evento internacional que ofrece un sinfín de oportunidades al entorno agroalimentario”.



◆ **Carlos Donat Transportes Donat**

“Para nuestros clientes europeos Fruit Attraction es una feria muy centrada en la oferta española. De hecho, saben que cuando se acercan a esta feria saben lo que necesitan, mientras que en otras ferias internacionales es más complicado porque hay más oferentes de ultramar. En definitiva, está cogiendo año tras año más boom y eso se percibe en la afluencia de profesionales del sector que va en aumento”.



◆ **Carlos Alfaro VATServices**

“La feria para el sector del transporte y la logística significa el mayor punto de todos los productores y estibadores de frutas y hortalizas de toda Europa y que realmente necesitan al sector del transporte como elemento esencial para todo su negocio. Es decir, es importante por el número de expositores y visitantes del ámbito europeo y porque atrae a los clientes del transporte y la logística”.



◆ **José María Arnedo Atfrie**

“Es un evento muy positivo tanto para el sector hortofrutícola como para el sector del transporte internacional frigorífico, ya que somos los encargados de hacer llegar el producto desde el campo hasta la gran distribución. Además, nos da la posibilidad de mantener una comunicación fluida con las personas que día a día contemplamos relaciones comerciales porque no nos olvidamos que todos los que están allí son clientes de los transportistas”.

Huella de carbono: Compromiso y oportunidad para el sector agroalimentario

Necesitamos estar comprometidos con la sostenibilidad de nuestro planeta. El término de sostenibilidad, básicamente, significa asegurar las necesidades actuales, pero sin comprometer las necesidades futuras. Todos nosotros, debemos estar implicados en la sostenibilidad de los recursos de nuestro planeta, a nivel individual o colectivo, según nuestro grado de influencia. El cambio climático, está considerado como un indicador que evidencia que nuestra actual actividad de consumo de los recursos naturales, no está en línea con la sostenibilidad del planeta.

La Huella de Carbono un compromiso... El sector Agroalimentario, no puede ni debe ser una excepción, en el compromiso con la sostenibilidad. El indicador de este compromiso se llama "Huella de Carbono". La Huella

de Carbono, básicamente es la cuantificación de consumo de recursos que tiene nuestra actividad, traducida a gases de efecto invernadero (GEI).

La Huella de Carbono una oportunidad... Las ventajas que conlleva la certificación de Huella de Carbono en sus diferentes secciones (cálculo-reducción-compensación), para las empresas comercializadoras, productoras y empresas de transportes del sector, se resumen en: ahorro en los costes operativos de las empresas, mediante el análisis y detección de mejoras para optimización de los recursos (directos e indirectos) y mejora de la imagen corporativa, al "vender" a clientes su compromiso con el medio ambiente.

En definitiva, la certificación en Huella de Carbono, logra que las empresas sean más competitivas. ♦



Por Antonio Tortosa
RESPONSABLE DE
ATG INGENIERÍA

Abordar el reto de la movilidad

El desarrollo económico y social es un proceso vivo, de carácter cíclico, que pasa por períodos de mayor o menor crecimiento junto a otros períodos de estancamiento, cuya ocurrencia obedece a causas complejas y a la confluencia de numerosos factores, difíciles de pronosticar en la mayor parte de las ocasiones. Fenómenos demográficos, innovaciones tecnológicas, implantación de nuevos procesos productivos, cambios en las pautas de asentamientos y de localización empresarial, modificación

de las expectativas, aparición de nuevos comportamientos de consumo y de valoración de los recursos naturales, etcétera, están detrás de este proceso dinámico, que lleva aparejado inevitablemente unas necesidades de movilidad también en continua evolución.

Las Administraciones responsables han abordado el reto que supone satisfacer estas demandas cambiantes, proporcionando los medios de transporte necesarios al ritmo que las capacidades técnicas y económicas de la sociedad lo

permitían. Evidentemente, la rigidez que acompaña a la realización de las infraestructuras, principalmente por los largos plazos de tiempo consumidos (desde el inicio mismo del proceso de toma de decisiones, hasta el momento final de su puesta en servicio) impiden la existencia de una oferta permanentemente ajustada a las demandas sociales, estando éstas dotadas de un mayor dinamismo y sometidas a fuerzas contradictorias cuya resultante es preciso calcular ponderadamente en cada ocasión.



JCARRION
www.jcarrion.es

