

F&H

LOGÍSTICA PROFESIONAL

ENTREVISTA

Marco
OLTRA



LATINOAMÉRICA/CARIBE:
47,5
MILLONES DE TEUS

100% Calidad y Fiabilidad

READY TO EAT





www.tropes.es

J. CANO

TRANSPORTES J. CANO

Polígono Aljoroque, s/n. - Antas (Almería)

Telf. 950 61 90 03. Fax 950 61 91 31 - www.jcano.es





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

Saint-Charles



INTERNATIONAL
FRUITS & LEGUMES - PERPIGNAN - FRANCE

Plataforma Líder

de comercialización
transporte y logística
de frutas y hortalizas

1 800 millones de Euros

2 500 Camiones / día

1 620 000 toneladas de F & H frescas

en Europa



Perpignan

Atractiva

Competitiva

Innovadora

CONTACTO

communication@saintcharlesinternational.fr
www.public-saintcharlesinternational.com



6

Panorama

La CEPAL elabora cada año un ranking que muestra el detalle de los movimientos de carga en contenedores en 120 puertos de América Latina y el Caribe. En 2016 esta actividad disminuyó 0,9 por ciento, con un volumen aproximado total de 47,5 millones de TEU.

◆ **Entrevista**
MARCO OLTRA

8

24

◆ **Industria auxiliar**
VATSERVICES CONFÍA EN ATFRIE

◆ **Intermodal**
OFERTA EN VEHÍCULOS LIGEROS

10

26

◆ **Export to**
ARGELIA, UN TERRITORIO CON MUCHAS POSIBILIDADES DE NEGOCIO

◆ **Origen-Destino**
MARRUECOS TIENE UN BUEN COMPAÑERO DE VIAJE CON EUROPA

14

28

◆ **Logistic news**
LOS PERECEDEROS VIAJAN POR VÍA MARÍTIMA

◆ **Picking**
LOS CONSUMIDORES SE ENCANDILA CON LOS ENVASES CONVENIENCE

16

29

◆ **Logistic news**
EL PUERTO DE CIVITAVECCHIA SUMA 10.000 TONELADAS DE TEUS DE FRUTA

◆ **Industria Auxiliar**
IBERCONDOR INAUGURA SEDE EN MÉXICO

22

32

◆ **Distribución**
PIOTR I PAWEL BUSCA NUEVO INVERSOR PARA CRECER EN POLONIA

◆ Secciones

5 La imagen
6 Panorama
8 Entrevista
10 Intermodal
14 Origen-Destino

16 Picking
19 Ventas
20 Tic
22 Industria Auxiliar
26 Export to

28 Logística News
32 Distribución
34 Gestos
35 Ways

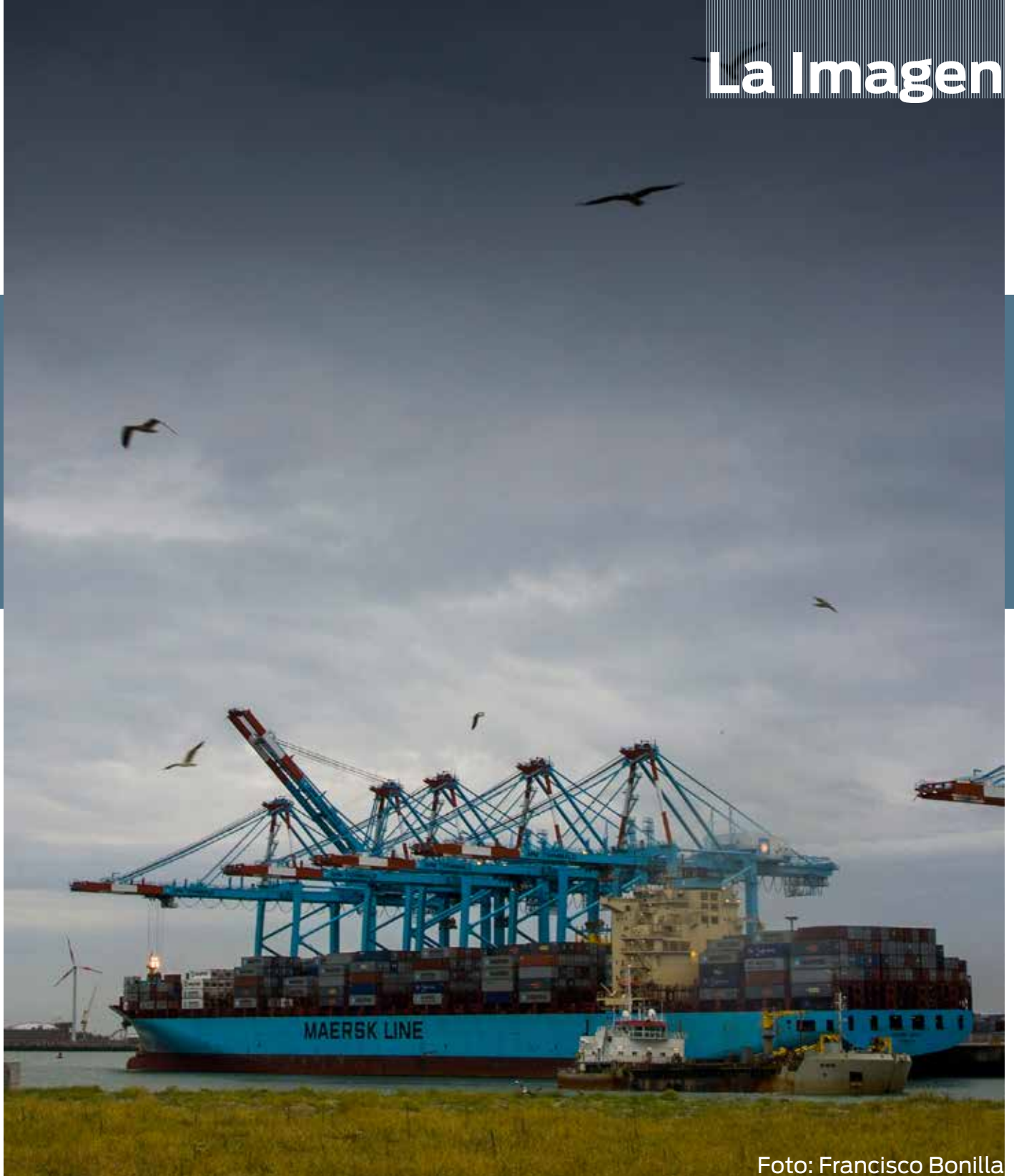


Foto: Francisco Bonilla

Muelles de carga en el puerto de Brujas.

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, Juan Arias y Manuel Flores.**

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.

América Latina y Caribe |

El puerto de Santos lidera el transporte de Teus

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

LA CEPAL ELABORA CADA AÑO UN RANKING QUE MUESTRA EL DETALLE DE LOS MOVIMIENTOS DE CARGA EN CONTENEDORES EN 120 PUERTOS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. EN 2016 ESTA ACTIVIDAD DISMINUYÓ 0,9 POR CIENTO, CON UN VOLUMEN APROXIMADO TOTAL DE 47,5 MILLONES DE TEU.

La principal puerta de entrada a Brasil para las exportaciones e importaciones de envíos internacionales de contenedores es el puerto de Santos. De acuerdo con la más reciente clasificación de puertos de la región publicada por Latin Business Chronicle, el puerto de Santos de Brasil es la terminal de carga de contenedores más grande de Latinoamérica gracias a un volumen de carga de 3,3 millones de Teus. Sigue la estela de cerca el puerto de Colón ubicado en Panamá con un movimiento de 3,2 millones de Teus, en tercer lugar del podio, Buenos Aires (Argentina).

Sin embargo, si solo se contabiliza los contenedores de fruta en Brasil, el puerto de Parnamirim rivaliza todos los años con el de Santos, ya que mueven según campañas por encima del umbral de las 90.000 toneladas de este tipo de mercancías de valor.

El comercio desde la costa este de Sudamérica hacia Europa está mejorando por fin gracias a la temporada de exportación de fruta en Brasil. Por su parte, los tráficos desde Europa mantienen su tendencia al alza, según los últimos datos que maneja la consultora Drewry.

En concreto, los envíos desde países europeos han registrado aumentos en los últimos 13 meses, con in-

crementos de al menos un 10 por ciento en siete de ellos. Hasta septiembre de 2017, el comercio ha repuntado un 12 por ciento y está a punto de alcanzar el total anual de 2014, siendo además el primer año de crecimiento desde 2013.

La zona de actuación del puerto de Santos representa un 55 por ciento del PIB de Brasil, influenciando directamente sobre las provincias de São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Paraná y países del Mercosur, entre otros. Esta influencia hace que su área de negocios concentre la mayor parte de la producción agrícola de exportación y los más importantes centros industriales brasileños, representando un 49 por ciento de la producción nacional que sirve al 45 por ciento del mercado de consumo brasileño.

Puerto de Santos. En este puerto existen 7 principales terminales de contenedores: Tecon, Terminal 35, Terminal 37, Tecondi, Rodrimar, Embraport, Brasil Terminais. Según datos de la autoridad portuaria, siendo la Tecon la que más volumen ha manipulado seguida de Brasil Terminais.

Este puerto sigue con sus planes de mejoras de sus infraestructuras para dar cabida a los portacontene-

dores neo-panamax. La capacidad operativa aumentó desde los 2 Mteu hasta los 2,4 Mteu, y el calado de la terminal de contenedores se incrementó hasta los 15 metros. El muelle de amarre también se ha alargado 1,2 kilómetros. Todo esto ha hecho que actualmente puedan amarrar tres portacontenedores desde 7.000 Teus hasta 12.500 Teus.

Entre los puertos más importantes de Brasil para el transporte internacional marítimo en contenedores están los puertos de Santos, Rio de Janeiro, Pecem, Itajai-Navegantes, Rio Grande, Fortaleza, Manaus y Paranaguá.

Puertos de Colón y Balboa.

Situados ambos en Panamá, por sus instalaciones transitan alrededor de 3,2 millones de Teus en el caso del primero y 2,9 millones de Teus en el caso del puerto de Balboa, situando a estos dos puertos entre los tres principales de América Latina y el Caribe en el transporte de carga de contenedores.

Los puertos mostraron diferentes niveles de crecimiento al comparar sus desempeños entre los años 2015 y 2016. El puerto de Balboa presentó una disminución del 8 por ciento entre ambos años, mientras que MIT reflejó una disminución del 7,3 por ciento en el número de TEUs maneja-

dos. CCT por su parte, presentó una disminución del 19.9 por ciento, al igual que Cristóbal con una reducción de 2.3 por ciento en el movimiento de TEUs. PSA disminuyó en un 26.9 por ciento mientras que la tasa de disminución promedio del sistema portuario en el movimiento de TEUs fue de 9.1 por ciento.

Puerto de Manzanillo. Manzanillo (México) cuenta con 14 empresas operadoras que corresponden a inversiones cien por cien de capital privado, nacional y extranjero, para el manejo de todo tipo de carga, brindando rendimientos de clase mundial, obteniendo una posición privilegiada para competir favorablemente con otros puertos ubicados en el pacífico mexicano. Además cuenta con una Terminal Especializada en el manejo de

contenedores (TEC), con capacidad de operación de hasta tres buques simultáneamente, y rendimientos de hasta 120 cajas por hora buque.

Puerto de Cartagena. Para entender este crecimiento hay que destacar el proceso de privatización del sistema portuario colombiano, iniciado en los años noventa, sumado a una ubicación geoestratégica y a constantes avances en infraestructura y logística, han consolidado a los puertos nacionales como terminales eficientes y competitivas. Un recorrido por los entes responsables de administrar los principales puertos del país. ♦

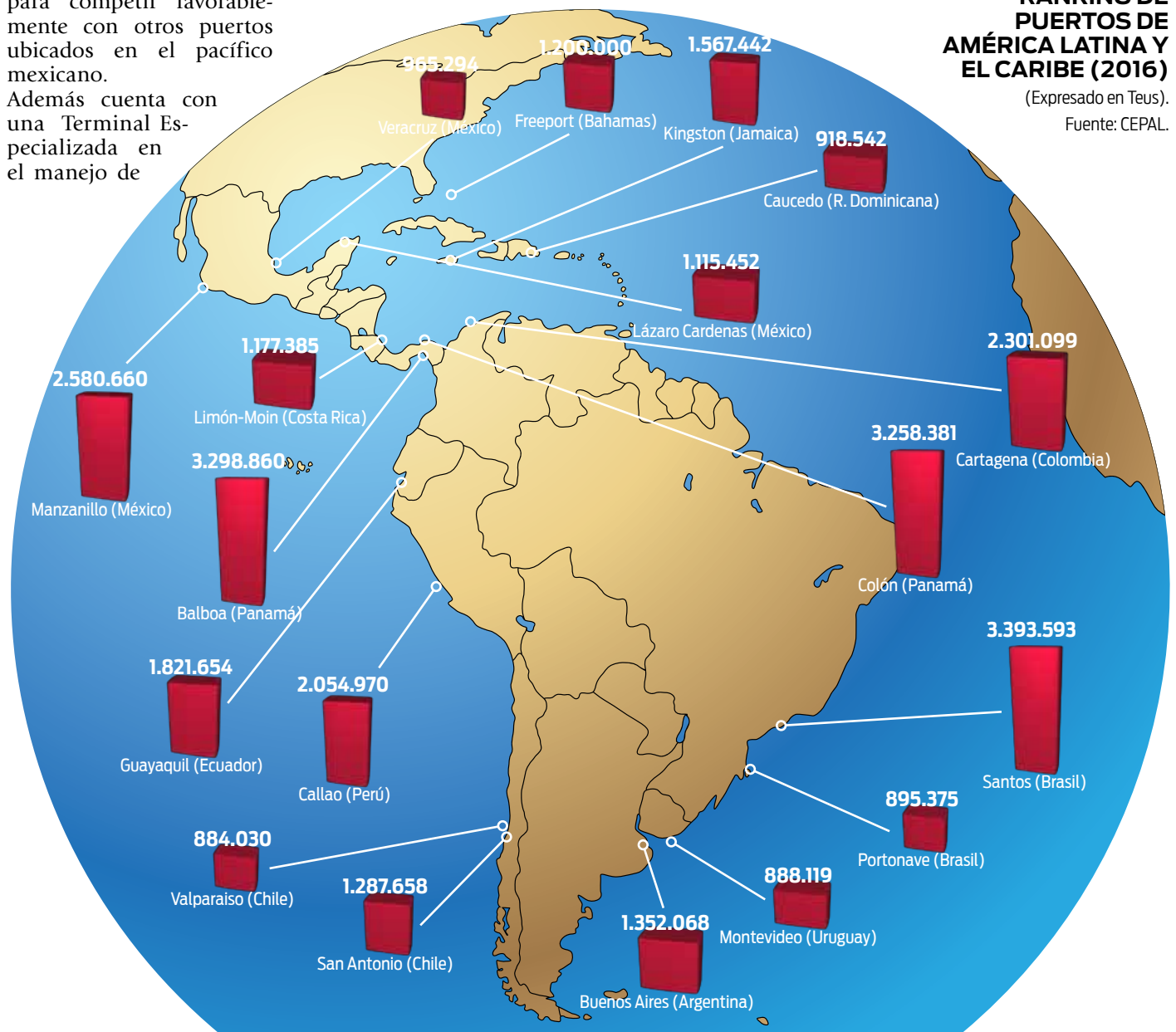


Imagen aérea del puerto de Santos (Brasil).

RANKING DE PUERTOS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2016)

(Expresado en Teus).

Fuente: CEPAL.



Marco Oltra |
CEO de Orcelis Fitocontrol

“Seguimos invirtiendo en nuestros clientes porque son nuestros principales activos”

EL SOFTWARE AVANZADO DE ORCELIS FITOCONTROL SE PUEDE DEFINIR COMO UN TODO EN UNO YA QUE PERMITE GESTIONAR Y TOMAR LAS DECISIONES EN LAS EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS EN TIEMPO REAL CONSIDERANDO TODAS LAS VARIABLES DE CULTIVO. SU CEO, MARCO OLTRA, ANALIZA LAS PRINCIPALES VENTAJAS DE ESTA TECNOLOGÍA QUE USA SISTEMAS DE POSICIONAMIENTO GLOBAL (GPS), SATÉLITES DE TELEDETECCIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG).

Por Juan Arias
jarias@fyh.es

L.P: ¿Cuándo nace Orcelis Fitocontrol?

M.O: “En el 2015 creamos esta empresa con la que queríamos tener más que una herramienta transversal de riego y fertilización que es nuestro fuerte. Queríamos hacer muchas más cosas y creamos Orcelis Fitocontrol”.

L.P: ¿Y qué tal les va?

M.O: “Llevamos dos años buenos porque la empresa no ha parado de crecer y seguimos invirtiendo en nuestros clientes que son nuestros principales activos”.

L.P: ¿Cuáles son los principales clientes de su software?

M.O: “Tenemos cuatro tipos de clientes; multinacionales, distribuidores, técnicos y cooperativas”.

L.P: ¿Qué ofrecen a cada uno de ellos?

M.O: “A las multinacionales les vendemos, sobre todo, la posibilidad de poner en valor su marca porque Orcelis Fitocontrol es el mejor sistema que hay hoy en España para la gestión del campo.

Al distribuidor le aportamos la información necesaria para que todas las semanas o meses pueda sacar una recomendación de riego o fertilización para los agricultores.

A los técnicos les ofrecemos la posibilidad de que fidelicen al agricultor ya que éste es el más disfruta de este sistema aunque no sea para él. Y en cuanto a las cooperativas, son empresas que también lo usan y que ahora

se están dando cuenta de su importancia. Antes tan sólo necesitaban un cuaderno de campo ahora ya demandan nuestro software”.

Menos costes

L.P: Por lo que cuenta con su software hay un ahorro en los costes de producción...

M.O: “Sí, hasta un 50% en los costes de producción. Además hay una optimización de los recursos y trazabilidad que hace que, por ejemplo, las cooperativas sepan en todo momento el estado del cultivo. Otro aspecto importante es el del control, ya que el sistema, en función de la climatología te va diciendo la posibilidad existente de que tu cultivo tenga una enfermedad”.





L.P: A todos estos aspectos, ¿añadiría alguno más?

M.O: "La seguridad. Éste es, quizá, el que más valoran los técnicos porque no es lo mismo dar un tratamiento para pulgón sabiendo que la información está actualizada al momento, por ejemplo con el Ministerio de Agricultura, que pensar si estará permitido o no. El sistema tiene mucha más información que el propio técnico que está ahí. También diría el conocimiento ya que nuestro software ofrece un informe exhaustivo del agua y de la tierra de cada parcela por lo que nuestro cliente conoce todos los aspectos de la misma al detalle".

L.P: ¿Es necesaria alguna formación teórica o algún conocimiento pre-

vio para la utilización del software?

M.O: "No, pero sí le diré que se necesita saber qué es lo que ofrece el sistema. El trabajo del software es saber qué cultivo tienes y cuáles son sus necesidades. Te aporta una información que tú contrastas con la realidad."

Versiones

L.P: ¿Cuántas versiones del software tienen?"

M.O: "Tenemos dos; la profesional y la Premium. La normal incluye todo salvo aquellos servicios que ocupan muchísimo volumen como control de temperatura horario, huella hídrica o imágenes por satélite NDVI (Landsat 8) o NDVI (Sentinel)". ♦

“Con este software hay un ahorro de hasta un 50% en los costes de producción

“La seguridad es el aspecto que más valoran los técnicos

“El trabajo del software es saber qué cultivo tienes y cuáles son sus necesidades



Opel

Garantía de eficacia y rentabilidad

La gama de vehículos comerciales ligeros de Opel también es una de las más interesantes del sector. Desde el Opel Corsa Van, el más pequeño de la gama, hasta Vivaro Furgón o el Combo Cargo y el Movano Furgón, el fabricante alemán ofrece siempre vehículos industriales que aportan la conocida fiabilidad alemana con la funcionalidad y la eficiencia.

Un buen ejemplo de ello es el Opel Movano Furgón que es el líder de su clase en carga útil y versatilidad. Es el innovador furgón disponible en numerosas configuraciones.

Otro de los ejemplos de esa eficiencia es el Opel Vivaro Furgón, que se caracteriza por su máxima eficiencia. El Vivaro Furgón será el mejor socio para cualquier negocio.

Otras opciones como el Opel Corsa Van o el Opel Combo Cargo también suponen apuestas muy interesantes aunque sin la capacidad de carga que las otras dos anteriores. ♦

Mercedes

Muestra su amplia oferta

El Mercedes-Benz Citan es un vehículo comercial que se ofrece en tres longitudes -3,94, 4,32 y 4,71 metros- y tres carrocerías, Furgón, Mixta y Combi-. De estas posibilidades surgen las siguientes cinco combinaciones: la carrocería Furgón se puede elegir en todas las longitudes, la carrocería Combi sólo con la longitud intermedia (4,32 metros) y la carrocería Mixta con la longitud más larga (4,71 metros).

De la versión Combi hay una variante denominada Combi Crew adaptada para transportar más peso -tiene entre otras cosas, una masa máxima autorizada mayor, unos neumáticos reforzados y una zona de carga cubierta en plástico de alta resistencia.

Sprinter Combi. En su presentación hace más de 20 años, la Sprinter creó un nuevo segmen-

to de mercado, y lo lidera desde entonces.

La Sprinter Combi se presenta en la variante de 9 y de 15 pasajeros. Con una distancia entre ejes de 3.665 milímetros y techo elevado para la opción de 15 pasajeros y normal para la opción de 9. Presenta un cómodo acceso al habitáculo gracias a la puerta corredera de 1,30 metros de ancho y 1,82 metros de altura.

Sobre la versión mediana se configuró la 9+1 pensando especialmente en aquellos clientes que requieren el confort, el lujo y la calidad que sólo Mercedes-Benz puede brindar.

Como lo indica su nombre, cuenta con 9 asientos más el del conductor. Además su nuevo layout incluye un espacio para valijas. Este vehículo se destaca principalmente por sus asientos de moderno diseño y amplias dimensiones que per-

mitirán una nueva experiencia en el servicio de traslado de pasajeros. Pero esto no es todo, para seguir brindando confort y seguridad viene equipada de serie con control de velocidad crucero Tempomat y aire acondicionado/calefacción de alta potencia en la zona de pasajeros.

El motor diesel de cuatro cilindros OM 651 La Biturbo con técnica Common Rail de cuarta (4ta) generación define un nuevo estándar de eficiencia. Ahora el tiempo de comando al acelerar es menor gracias al motor Biturbo, motor que cumple con la legislación Euro III.

Tanto para la Sprinter Street equipada de serie con un motor de 116 CV, como para el resto de las versiones que se ofrecen con un motor de mayor potencia 150 CV, el consumo y la emisión de contaminantes fueron reducidos. ♦





Citroën

El Berlingo también se hace ecológico

Citroën también es una de las grandes referencias en el mercado de vehículos comerciales ligeros. En este sentido, esta marca pone a disposición de sus clientes los tipo Nemo, Berlingo, Jumpy y Jumper, que se caracterizan por su versatilidad y por responder a las necesidades del mercado.

Citroën ha lanzado al mercado también un vehículo ligero eléctrico como es el Berlingo Electric. Este vehículo divide por cinco los gastos diarios (según la AVERE - Asociación Nacional para el Desarrollo de la Movilidad Eléctrica de Francia)

Desde Citroën no se han reducido sus prestaciones, puesto que el nuevo Citroën Berlingo Electric ofrece unas recuperaciones y aceleraciones de primer orden, alcanza los 110 km/h y los 170 km de autonomía. El Berlingo Electric reduce

los gastos de mantenimiento entre un 30 y un 40 %! Ahorro, eficacia y responsabilidad, así es la revolución energética.

El nuevo Citroën Berlingo, disponible en dos longitudes diferentes L1 (volumen útil hasta 3,7 m³) y L2 (hasta 4,1 m³), te ofrece una superficie óptima de carga gracias a sus accesos inteligentes: amplias puertas laterales deslizantes y puertas traseras asimétricas (que abren a 180°). Entran sin problemas 2 europalets en el espacio de carga en la versión L1 y su capacidad máxima de carga llega a 620 kg.

Sin embargo, tampoco hay que dejar de lado otros tipos como los Nemo, Jumpy y Jumper que son vehículos que aportan versatilidad y comodidad a partes iguales y que pueden resultar muy interesantes para el transporte agrícola. ♦



Peugeot

Vehículos para todos los gustos

Si usted está buscando un vehículo industrial ligero no deje de visitar algunos de los concesionarios de la marca francesa. Peugeot tiene una amplia variedad de furgonetas para todas las necesidades. Un buen ejemplo es la Peugeot Bipper que es la furgoneta más compacta de la marca gala. Responde a las expectativas de los profesionales que necesitan una furgoneta práctica, robusta y adecuada para uso urbano.

No obstante, si se está buscando un compañero ideal para cualquier tipo de trayec-

to, el furgón ideal es el Peugeot Partner. Su robustez, agilidad y capacidad de carga – hasta 3.000 litros- la hacen ideal para cualquier trayecto.

No obstante, si lo que se prioriza es carga, Peugeot ofrece su Expert furgón. Este vehículo, disponible en tres longitudes, presenta numerosas ventajas gracias a su nueva plataforma que facilita su actividad profesional es el mayor capacidad de Peugeot y ofrece el confort de una oficina móvil. ♦





Iveco

El mejor socio para el transporte

Una de las marcas de referencia en el transporte de mercancías es, sin duda alguna, Iveco. La marca presenta su nuevo furgón Iveco Daily Euro 6, al que califican como "el mejor socio para el negocio". Este vehículo aúna innovación y tecnología y ofrece la posibilidad de gestionarlo eficazmente garantizando menores costes de explotación. La cabina de la nueva Daily Iveco es más cómoda y silenciosa que nunca. Además con la transmisión Hi-Matic los conductores descubrirán el placer de la conducción. Basada en los puntos fuertes de la familia Daily, la nueva gama Euro 6 ofrece una fácil conectividad a través

de Daily Business Up, una exclusiva aplicación diseñada por Iveco que hacen de esta nueva generación el socio ideal para las empresas de transporte.

Entre los puntos fuertes del nuevo Daily Euro 6 de Iveco se pueden encontrar varios como un ahorro de hasta un 8% en combustible y un ahorro de hasta un 12% en costes de mantenimiento y reparaciones.

Asimismo, la familia Daily Hi-Matic Euro 6 se ha ampliado con 5 potencias. Aquí destaca una exclusiva gama de motores de 4 cilindros de entre 120 y 210 CV. ♦



Ford

Larga vida a la Transit, un clásico que no decae

La Transit de Ford es todo un clásico y una garantía de prestaciones y comodidad a partes iguales. Por esta razón, no es de extrañar que sean muchos los agricultores que hayan elegido los modelos de esta línea de furgonetas de la marca estadounidense para hacer sus negocios.

La Transit Courier y la Transit Connect cuentan con un sistema avanzado de control de tracción que evita un patinaje excesivo de las ruedas y garantiza un agarre, rendimiento y estabilidad óptimos cuando más se necesita. Este sistema vigila y ajusta constantemente la potencia transmitida a cada una de las ruedas del

vehículo para garantizar el máximo agarre y contacto al acelerar.

Además, en la Transit Custom la seguridad lo es todo. De hecho, fue el primer vehículo de su segmento que logró la máxima calificación de seguridad con cinco estrellas Euro NCAP. También fue el primero de su tipo (segmento) que obtuvo premios Advanced de Euro NCAP. Solo las tecnologías de seguridad más innovadoras reciben este reconocimiento. En la Transit Custom se incluyen el sistema de alerta de cambio de carril y Ford SYNC con Asistencia (asistente) de emergencia. ♦



Renault

Más autonomía gracias a su furgoneta eco

En la gama de vehículos industriales de Renault hay que mencionar las tres gamas con las que cuenta la firma francesa como son; Kangoo, Trafic y Master. La fiabilidad, bajos consumos y confort de los modelos de Renault hacen que sean una apuesta segura. En este sentido, en el ránking por marcas, Renault consiguió el pasado mes de noviembre ser el líder en venta de vehículos comerciales.

En la gama Kangoo destaca la nuevo Z.E., un furgón eléctrico que cuenta con una autonomía de 270 kilómetros. Con la nueva ba-

tería Z.E. 33, el Nuevo Kangoo Z.E. te permite recorrer 270 km NEDC* y, por tanto, hasta 200 km en condiciones reales, sin recargar la batería y sin aumentar su capacidad. ¡Un nuevo récord!

No obstante, Renault ofrece también tiene furgones en otros segmentos de mayor tamaño como la Trafic con su Trafic Combi, Trafic Space Class y Trafic Furgón o en el tipo Master con sus modelos Master Combi, Master Mercancías Transporte Cerrado y Master Mercancías Transporte Abierto. ♦



Volkswagen

Más velocidades para un mejor rendimiento

Volkswagen ofrece en el segmento de los vehículos industriales ligeros un modelo que cuenta con una caja de cambios con más velocidades. Éste es el caso de la Crafter de Volkswagen. La marca alemana es el único vehículo de su clase que ofrece a los conductores un cambio automático de 8 velocidades, dos de las cuales se pueden combinar con tres tipos de tracción diferentes. Esto no sólo hace más cómoda y placentera la conducción en ciudad, con sus frecuentes paradas y arranques, sino que también ayuda a ahorrar combustible,

algo que la hace ser una de las grandes favoritas para aquellos que se dedican al sector agrícola.

Las características de este modelo le han valido para ser elegido como el 'International Van Of The Year 2017'. De hecho, un jurado especializado compuesto por representantes de 24 países así lo ha galardonado tras quedarse impresionado por su diseño, que está pensado para el usuario pero adaptado a sus necesidades, así como por su carácter práctico, su comodidad y sus innovadores sistemas de seguridad y de asistencia a la conducción. ♦

Man

Apuesta por la funcionalidad en sus vehículos

Los fabricantes más importantes están presentes en el sector de los vehículos industriales ligeros. Aunque la competencia es grande, las marcas se decantan por sacar al mercado vehículos cada vez más robustos y con más prestaciones no sólo desde el punto de vista tecnológico sino también respetuoso con el medio ambiente.

Una de las referencias en este sector es Man. Esta marca tiene en las furgonetas Man Tge una apuesta ganadora. Se trata de furgonetas que tienen las medidas ideales y que se caracterizan por su funcionalidad.

Tanto si el cliente busca el tamaño ideal del espacio de carga o mucho espacio de almacenamiento en cabina, esta furgoneta da respuesta a estas demandas.

La MAN TGE ofrece dos distancias entre ejes y un volumen de carga de hasta 18,4 metros cúbicos. Además se puede elegir la longitud del vehículo entre 5.986 mm y 7.391 mm, y la altura del vehículo entre 2.355 mm y 2.835 mm. Asimismo, con la ayuda del acoplamiento de remolque podrá, mover hasta 3,5 toneladas pudiendo llegar el peso total permitido hasta las 5,5 toneladas. ♦

MARRUECOS

Hace un guiño al destino europeo

LA PRODUCCIÓN HORTÍCOLA MARROQUÍ CONTINÚA CON PASO FIRME. EN LA ACTUALIDAD, LA UE TIENE EN EL REINO ALAUITA UNO DE SUS PRINCIPALES OFERENTES. DE HECHO LAS IMPORTACIONES DE HORTALIZAS HASTA ABRIL DE 2017 ASCENDIERON A 551,8 MILLONES DE EUROS.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

La exportación de frutas y hortalizas a Europa, es una fuente destacada de puestos de trabajo e ingresos en algunos países en desarrollo, un negocio que se ha multiplicado en los últimos diez años, y la oferta de judía de Marruecos no es la excepción. Por ejemplo, las judías verdes se importan cuando no es temporada de producción en Europa, y de esta manera los supermercados pueden ofrecer este producto durante todo el año a los consumidores.

Marruecos sigue siendo uno de los principales proveedores extracomunitarios de hortalizas de la UE durante el primer cuatrimestre de 2017 según los últimos datos actualizado por la Oficina Europea de Estadísticas, Eurostat, procesados por Fepex.

Las importaciones de hortalizas de Marruecos hasta abril ascendieron a 551,8 millones de euros, frente a 470,6 millones de euros en el primer cuatrimestre de 2016 y un crecimiento del 17 por ciento.

España. Marruecos se consolida, según el análisis de Fepex, como el primer proveedor de España, manteniendo una alta tasa de crecimiento en productos y periodos coincidentes con las campañas españolas. Marruecos tienen una tendencia al alza muy mar-

cada, de forma que en los últimos cinco años, en el periodo de enero a septiembre, se ha pasado de 137.763 toneladas en 2013 a 299.422 en 2017, un 116 por ciento más. En valor, en los últimos cinco años se ha pasado de 146,5 millones de euros a 440,2 millones de euros, un 200 por ciento más.

De hecho, España es el principal receptor de la judía que se exporta desde Marruecos, ya que absorbe más de 60.000 toneladas, muy por delante de Francia que importa alrededor de 30.000 toneladas. Por ello, no es de extrañar que en la actualidad haya numerosas empresas españolas con in-

tereses en Marruecos.

El grupo de presión marroquí reconoce la labor realizada por las empresas españolas. De hecho, las autoridades de Marruecos se muestran satisfechas con las empresas, ya que las inversiones realizadas en los últimos años mantienen una tendencia estable con repuntes específicos.

Para Nassir Halioua, Station Manager de Rijk Zwaan en Marruecos, el cultivo de hortalizas tiene un presente y un futuro muy halagüeño. "La judía y otras especialidades que se cosechan en el reino alauita van a gozar de éxito, ya que toda esta cartera de productos necesitan de

una elevada mano de obra y es aquí donde Marruecos contempla su mejor baza estratégica".

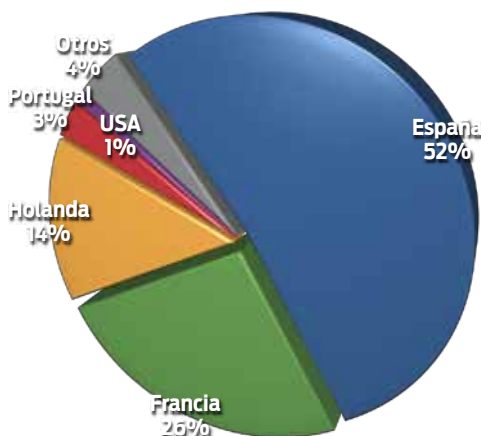
Tomate. Marruecos desbancó a Turquía de la cuarta posición mundial en la exportación de tomate. La cantidad de tomate exportado por Marruecos en 2016 fue de 524.910 toneladas, lo que supone un aumento de aproximadamente un 26 por ciento si se coteja con la cantidad expedida en el ejercicio precedente.

La exportación marroquí de tomate representa en torno al siete ciento del total mundial, con unos ingresos de 460 millones de euros al vender sus tomates con un precio medio de 0'87 euros por kilo.

Especialización. La mano de obra especializada escasea en Marruecos. Quizás por este motivo sea una de los posibles contratiempos de las empresas españolas y francesas que tienen intereses hortofrutícolas en este país. Sin embargo, las firmas con estructuras estables siguen encontrando una salida fiable en el cultivo de esta leguminosa.

Es más, los productores tienen una posición económica estable, con relaciones comerciales constantes y márgenes de beneficio adecuados.

Otros factores de peso que



PRINCIPALES DESTINOS DE LA JUDÍA DE MARRUECOS (2016)

Fuente: Trademap.



Invernaderos en la región de Agadir.

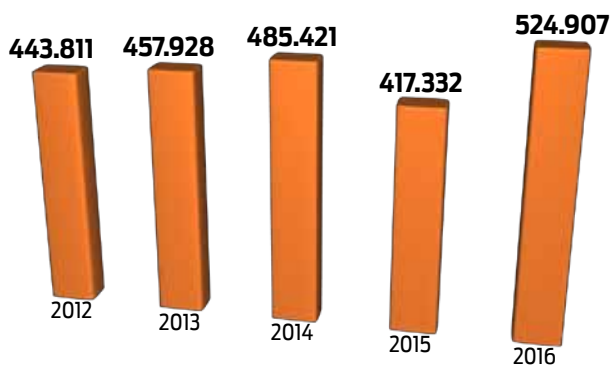
pueden afectar a las plantaciones de judía son los problemas de virosis es-
cenificado en el virus de la
cuchara (TYLCV) y el
descenso del rendimiento
de las explotaciones, que
está ahora en una media de
15.000 kilos por hectárea,
cuando antaño casi dupli-
caba este guriismo.

Consumo. Marruecos es un
país productor de frutas y
hortalizas por excelencia
y un gran exportador pero
también tiene que abaste-
cer a la población local de
estos productos.
La producción hortofru-
tícola permite alimentar
las exportaciones del país,

ofreciendo importantes
oportunidades hacia la in-
dustria agroalimentaria lo-
cal. Los principales produc-
tos de exportación son los
cítricos (naranjas, manda-
rinas, clementinas, etc.), así
como las hortalizas como
el tomate, el calabacín, la
zanahoria, el pimiento, la
berenjena, la patata... pro-
ductos principalmente del
sur del país (región de Aga-
dir).
A la hora de analizar los ín-
dices de consumo de la po-
blación el periodo religioso
para los musulmanes de
Ramadán, que obtiene su
nombre del noveno mes del
año lunar en los países que
acogen esa religión, el mes

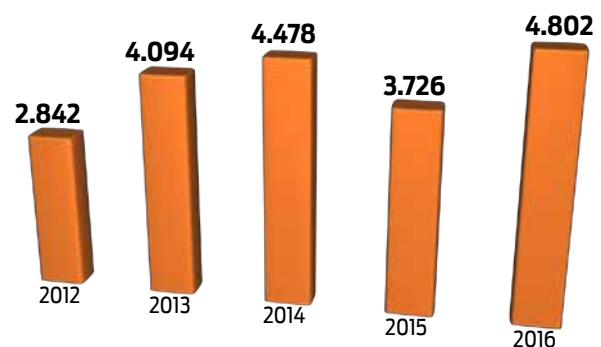
de ramadán, ha disparado
en Marruecos el consumo
de alimentos, impulsado
sobre todo por las hortaliz-
as y frutas.
El gasto medio por el con-
sumo de alimentos en el
mes de ramadán en un
hogar en Marruecos se ha
disparado un 37 por ciento
durante las horas noctur-
nas, en las que el ayuno no
es preceptivo, según las es-
tadísticas oficiales difundi-
das en el país.
Este aumento en el gasto
alimentario se debe sobre
todo al mayor consumo de
hortalizas y fruta con un
incremento en torno al 160
por ciento; leche y deriva-
dos (+47 por ciento); carne

(+35%) y cereales (+35%).
Durante estas fechas seña-
ladas, los musulmanes con-
centran todo su consumo
alimentario en las horas
nocturnas que van del oca-
so al alba, normalmente
son menos de siete en Ma-
rruecos.
Hay que señalar que en este
mercado casi todo lo que
se consume es local, por lo
que se habla de un mercado
de nichos y en las oportuni-
dades que se detectan van
por tanto, en consecuencia.
En lo concerniente a la
distribución de las frutas
y hortalizas, este sector se
caracteriza por la multipli-
cidad de canales de distri-
bución. ♦



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE TOMATE DE MARRUECOS

(Expresado en toneladas). Fuente: Trademap.



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE MELOCOTÓN DE MARRUECOS

(Expresado en toneladas). Fuente: Trademap.



Envases convenience |

Los consumidores los valoran por su comodidad, limpieza y facilidad de transporte

SEGÚN UNA INVESTIGACIÓN DESARROLLADA EN EL MARCO DEL PROYECTO CONVIPACK QUE CUENTA CON EL APOYO DEL IVACE, A TRAVÉS DE LA CONVOCATORIA DE AYUDAS PARA I+D, DIRIGIDAS A CENTROS TECNOLÓGICOS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COOPERACIÓN CON EMPRESAS.

Los consumidores valoran los envases convenience por ser prácticos, cómodos, limpios y fáciles de cerrar y transportar, según una investigación realizada por Consumolab (centro Ainia) en el marco del proyecto Convipack.

Asimismo, el consumidor actual demanda productos saludables, envasados en materiales seguros y sostenibles, sin renunciar a un diseño atractivo y que presente un etiquetado fácil de entender.

Adaptar el packaging. Los cambios demográficos, nuevos modelos de familia, hábitos de consumo adaptados al ritmo de vida actual, un consumidor más informado y exigente con tendencia a una dieta más saludable..., son algunos de los factores que han modificado las necesidades del mercado actual. En este sentido, el envase convenience es una tendencia de futuro y una exigencia

ineludible para la industria alimentaria.

Según José Ángel Garde, del departamento de tecnologías del envase de Ainia, uno de los aspectos fundamentales que se ha tenido en cuenta en el proyecto Convipack, "es la validación del envase convenience por parte del consumidor final. Las opiniones del consumidor nos permiten contrastar los resultados obtenidos a nivel de la-

boratorio para lograr una correlación más estrecha entre las prestaciones de los materiales convenience y las necesidades y requerimientos, tanto del productor de alimentos, que se encuentra con una oferta muy amplia de materiales convenience, pero que desconoce el comportamiento de estos materiales a la hora de adaptarlos al producto que elabora; como del consumidor final". ♦

Millenials. No obstante, las prioridades cambian según las necesidades concretas de cada segmento de población. Así, los millenials valoran más los envases "on the go": ergonómicos, fáciles de consumir en cualquier momento y lugar, así como los que les restan menos tiempo a la hora de preparar la comida, sin tener que renunciar a la calidad ni al sabor, como los microondables. Por su parte, los seniors, un segmento de la población con gran fuerza de consumo, demanda envases con facilidad de apertura y una preparación sencilla, de tamaño y peso reducido, y con un etiquetado claro y fácil de interpretar.

Selección de materiales funcionales y sostenibles que garantizan la seguridad de los alimentos

En Ainia se están trabajando especialmente dos líneas de investigación en envases funcionales para alimentos o envases convenience. Por un lado, en la selección de materiales de envase con nuevas funcionalidades y diseños adaptados a las exigencias de los consumidores y por otro, se investigan materiales más sostenibles.

Leonor Pascual, técnico del departamento de tecnologías del envase de AINIA, en este proyecto "hemos logrado mejoras en la apertura del envase, más cómoda y sencilla, y una mejor recerrabilidad del mismo. También hemos tenido en cuenta la posibilidad de que el producto se pueda cocinar en el propio envase. Ambos aspectos muy valorados por los consu-

midores en los envases convenience".

"El consumidor busca comodidad en el packaging. Además, quiere que el envase le muestre el producto y que éste sea saludable y fácil de preparar. Para responder a estos requerimientos las empresas de alimentación deben apostar por la innovación en nuevos materiales y funcionalidades de envases convenience que además, garanticen la seguridad de los alimentos", ha afirmado Pascual. Convipack cuenta con apoyo de Ivace y con la financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder), en el marco del Programa de ayudas dirigidas a centros tecnológicos de la Comunidad Valenciana de I+D en cooperación con empresas 2017.



CONFIANZA SIN FIANZA



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





Madera |

Crece la tasa de reciclaje

LA TASA DE RECICLAJE CRECE DOS PUNTOS PORCENTUAL RESPECTO A 2015, YA QUE EL VOLUMEN DESTINADO A RECICLAJE HA CRECIDO CERCA DEL 4 POR CIENTO.



Fedemco apoyado por Eco-embe, ha analizado la situación de los residuos de envases, embalajes y palets de madera en España en 2016 respecto a los objetivos de reciclaje en vigor marcados por la Directiva 2004/12/CE para 2008: un 15 por ciento para la madera, y un 55 por ciento para el conjunto de materiales de envase.

La tasa de valorización en 2016 ha sido del 78 por ciento, resultado de la relación porcentual entre las 235 mil toneladas valorizadas y las 301.000 toneladas

que quedan como residuo en España. Un 67 por ciento corresponde a reciclaje material (202.000 toneladas), y un 11 por ciento a valorización energética (33.000 toneladas).

La tasa de reciclaje crece dos puntos porcentual respecto a 2015, ya que el volumen destinado a reciclaje ha crecido cerca del 4 por ciento, mientras que el volumen de residuo generado por las empresas en territorio español lo ha hecho en un uno por ciento.

Esto ha sido debido básicamente a un aumento del volumen de envase y embalaje de madera utilizado por la industria española (7 por ciento) a pesar de la mayor reutilización de palets por parte de los gestores de palet usado (7 por ciento) y de los propios usuarios (10 por ciento).

camente a un aumento del volumen de envase y embalaje de madera utilizado por la industria española (7 por ciento) a pesar de la mayor reutilización de palets por parte de los gestores de palet usado (7 por ciento) y de los propios usuarios (10 por ciento).

Residuos. Por otro lado, el sector recuperador de madera formado por cerca de 460 empresas, ha gestionado un 5 por ciento más de residuo que en 2015. La valorización de los residuos si ha

aumentado un 4 por ciento en conjunto (reciclaje y valorización energética).

Los resultados y conclusiones del estudio se han basado en las encuestas realizadas a más de 300 empresas pertenecientes a 18 de los principales sectores usuarios del envase y embalaje de madera dentro de la industria española y casi 200 empresas gestoras de palet usado y de residuos de madera, así como en los datos oficiales disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE). ♦

♦ CARTONAJES LANTEGI | MUESTRA SU OFERTA DE ENVASES Y EMBALAJES

Entre ellos destaca Heavy Duty y grandes formatos. Diseñado para transportes de productos a granel o piezas pesadas para transporte de productos a granel o piezas pesadas. Además dispone de todo tipo de diseños, palet box se compone de tapa, cerco y fondo, se envían plegados sobre un palet, en un Kit, para optimizar espacio de almacén. Disponibles en diferentes calidades y resistencias, a medida o estándar del cliente. Octobines: embalajes ba-



sados en la tecnología patentada ecobox.

Pensados para elevadas cargas y transporte de productos a granel, productos agroalimentarios, y químicos en general.

Por la confección del diseño se aprovecha al máximo el espacio en el transporte maximizando

beneficios logísticos.

Está disponible en versión montaje manual, más económica y en versión montaje automático, según el volumen y necesidad de las líneas de llenado. Además contempla diferentes calidades de resistencia, según las características específicas

del producto a embalar. Aplicable a todas las industrias que requieran elevadas prestaciones mecánicas y soportar cargas elevadas: exportación, graneles, congeladores etcétera.

Por último, la incorporación de la tecnología ecobox permite obtener diseños cien por ciento reciclables de resistencia mejorada frente a los convencionales. Desde la empresa afirman que supone un importante ahorro en costes logísticos y de materiales. ♦

Vehículos |

Repunta la producción y la exportación en noviembre

EN EL ACUMULADO ANUAL, TANTO LA FABRICACIÓN COMO LA EXPORTACIÓN SE MANTIENEN EN NEGATIVO RESPECTO A 2016.

Según los datos que maneja Anfac, la producción española de vehículos cerró noviembre con un total con 297.757 unidades fabricadas, lo que representa una subida del 3,84 por ciento respecto al mismo mes del pasado año.

Entre enero y noviembre se produjeron en las factorías españolas 2.673.909 vehículos, un 2,7 por ciento menos en comparación con idéntico periodo de 2016.

Producción. El incremento en la producción por tercer mes consecutivo se explica, por un lado, gracias a la progresiva normalización de la producción en aquellas plantas españolas donde se llevaron a cabo modificaciones de las líneas de producción para adaptarlas a la llegada de nuevos modelos. Por otra parte, hay que señalar un ligero repunte de las exportaciones y, también, un mercado interno que se mueve en cifras positivas. Con todo, el balance en lo que llevamos de año sigue manteniendo, como se indi-



caba, signo negativo.

En el mes de noviembre los vehículos comerciales e industriales totalizaron 524.807 unidades construidas entre enero y noviembre de 2017, cantidad que supone una subida del 4,3 por ciento frente a los mismos meses del año anterior. Sólo en noviembre se fabricaron en España 56.185 vehículos de este tipo, lo que representa un incremento del 11,4 por ciento respecto al mismo mes de 2016.

Exportación. En cuanto a las exportaciones de vehículos del pasado noviembre, éstas fueron de 254.324 unidades, cantidad que supuso un incremento del 2,8 por ciento con respecto al mismo mes de 2016.

En los once meses transcurridos del año se exportaron un total de 2.290.288 vehículos, lo que supone un descenso del 0,8 por ciento respecto al mismo periodo del pasado año. El balance negativo se ha ido recortan-

do mes a mes desde el pasado agosto, cuando alcanzó su máximo anual con un -2 por ciento.

El crecimiento del 2,8 por ciento señalado en noviembre reduce el balance negativo hasta un 0,84 por ciento en el acumulado anual. Este repunte exportador se explica principalmente por el mayor volumen de vehículos enviados hacia países como Francia y Turquía, que crecen un 17,1 por ciento y 28,5 por ciento, respectivamente.

Estos incrementos, unidos a la subida de las matriculaciones en noviembre en casi un 10 por ciento en Alemania, han compensado el continuo descenso del mercado británico. Éste último cae un 11,2 por ciento en lo que a matriculaciones se refiere, y un 12,7 por ciento si se mira específicamente a la importación de vehículos españoles. Reino Unido es el tercer mercado más importante para la exportación española de vehículos, tras Alemania y Francia. ♦



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 Huerca de Almería. www.saveres.mercedes-benz.es

Cámaras que seleccionan el uso de herbicidas

LA COLABORACIÓN ENTRE BAYER Y BOSCH HA PERMITIDO EL LANZAMIENTO DE SMART FARMING, UNA TECNOLOGÍA QUE PERMITE MEDIANTE CÁMARAS LA APLICACIÓN SELECTIVA DE HERBICIDAS SÓLO A ZONAS CON MALAS HIERBAS.



Así funciona el sistema Smart Farming.

Se llama Smart Farming y es un 'juguete' práctico que identifica mediante cámaras la presencia selectiva de malas hierbas para efectuar aplicaciones controladas de herbicidas para proteger el suelo.

Actualmente, los productores de cultivos al aire libre realizan aplicaciones masivas sobre el suelo para controlar las malas hierbas, pero las empresas Bayer y Bosch han trabajado en la creación de un sistema que supera el arcaico sistema de siempre.

El sistema consta de varias cámaras que se caracteri-

zan por identificar las malas hierbas para realizar una pulverización selectiva y "más económica y sostenible", señala Markus Heyn, miembro del Consejo de Administración de Bosch.

Cómo funciona. Un administrador de campo digital ayuda a los hortofructicultores de aire libre a evaluar la situación en el campo y recomendar el mejor momento para tratar contra las malas hierbas.

Ya en esa pasada, la maleza es identificada por las cámaras y el herbicida se pul-

veriza en un solo proceso a medida que la máquina fumigadora cruza el campo. Las cámaras, repartidas por el tubo pulverizador, toman imágenes para definir el tratamiento óptimo. Mientras la máquina va avanzando por el cultivo, el herbicida se pulveriza en la cantidad y mezcla requeridas, usando los parámetros apropiados de aplicación. El valor diferenciador de esta tecnología es que las áreas sin maleza no son tratadas.

Calidad de cámaras. Las cámaras usadas de la firma

Bosch son de tal calidad que "identifican las malas hierbas incluso en su primera fase de crecimiento", señala Tobias Menne, director de Agricultura Digital de Bayer.

Este es uno de los valores diferenciadores de otros sistemas. Y todo esto ocurre a la velocidad de la luz en cuestión de milisegundos. Las pruebas se han realizado en los cultivos complejos de maíz y soja donde las malas hierbas y el cultivo se entremezclan en los primeros estadios de cultivo. ♦

♦ CERTIFICACIONES | LA APLICACIÓN AGRIPLACE SE INTRODUCE EN ESPAÑA



La solución holandesa Agriplace para ganar tiempo en los procesos de las certificaciones ya está en España.

La firma holandesa ha llegado a acuerdos con la empresa catalana efoo-

dprint y con la andaluza Proyecto Ingenio para desarrollar la solución entre las comercializadoras y grupos de productores españoles.

La solución Agriplace nace para hacer ganar tiempo a

los usuarios a la hora de tramitar las certificaciones de calidad, sobre todo la GlobalGap.

Con la digitalización del proceso, "la empresa acelera el proceso burocrático y muchas de las pre-

guntas y cuestiones que se piden para obtener la certificación GlobalGap, después sirven para la obtención de otros certificados de calidad", aseguran desde Agriplace. ♦

*¿Una obra
de arte?*

**Anuario
Hortícola
2017**



De la **A**
a la **Z**

Import
Export
Oferta
Consumo

Ecológico

Solicita tu
ejemplar:

www.fyh.es

+34 950 62 54 77

F&H
FRUTAS Y HORTALIZAS

◆ IBERCONDOR | SE EXPANDE POR LATINOAMÉRICA

IBERCÓNDOR INAUGURA SEDE EN EL MUNICIPIO DE CUAUTITLÁN IZCALLI, ESTADO DE MÉXICO.

La apertura de la primera delegación de la compañía en Latinoamérica se ha efectuado junto con el operador logístico del sector de la moda y del e-commerce, Logisfashion, quién posee una larga y consolidada trayectoria en el mercado mexicano. Ibercándor y Logisfashion firmaron una alianza a principios de año para ofrecer un servicio logístico integral en España.

Con esta apertura, Ibercándor da el salto al otro lado del Atlántico con el objetivo de expandir su actividad en un mercado con un enorme potencial. "Latinoamérica, y particularmente México suponen una gran oportunidad de negocio para nosotros. Estamos ante un mercado muy parecido al español y tenemos mucho que ofrecer", ha explicado Luis Miguel Sala, presidente de Ibercándor, que ha añadido que "a corto plazo prevemos abrir

otra delegación en el país e incluso continuar con la expansión en Latinoamérica".

Con la apertura de la sede en Cuautitlán Izcalli, formada por un equipo de profesionales con amplio conocimiento del mercado mexicano, la compañía pretende ofrecer un servicio experto y especializado para atender a cualquier empresa mexicana que quiera importar o exportar, y también a aquellas empresas españolas con voluntad de comercializar en el mercado mexicano.

La actividad económica de la transitaria se centra en los servicios de transporte internacional, aduanas y consultoría para empresas del sector textil, industrial, químico y de consumo. "A medio plazo, nos queremos convertir en el agente transitario de referencia de empresas de todo el mundo con sede en México", ha detallado Sala. ◆



Ibercándor
transportes internacionales y aduanas

◆ PAJA DE TRIGO | COMO SUSTITUTA DE COMPONENTES PLÁSTICOS DE LAS BATERÍAS DE LITIO

UN GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE LA UCO PRUEBA COMO LA LIGNINA PODRÍA SER UTILIZADA COMO COMPONENTE EN BATERÍAS DE LITIO MEDIOAMBIENTALMENTE SOSTENIBLE Y DE BAJO COSTE.

La paja de trigo podría convertirse en un componente más de las baterías de litio. Así se desprende de los estudios de un equipo de investigación de la Universidad de Córdoba, coordinado por el profesor del departamento de Química Inorgánica e Ingeniería Química, Alejandro Rodríguez Pascual, que ha conseguido reemplazar componentes tóxicos de baterías de litio por ligninas, sustancias naturales que forman parte de la pared celular de las células vegetales que contiene, entre otras especies, la paja de trigo.

El trabajo en cuestión persigue valorizar y aprovechar la lignina para sustituir el polímero plástico PVDF. El PVDF, que está incluido en las baterías de litio, se utiliza como aglutinante de los demás compuestos que forman la batería, es de origen petroquímico y su síntesis además de suponer un alto coste, es agresiva para el medio ambiente. Este componente es crucial para evitar que los polos positivos y negativos de la batería se degraden rápidamente y la batería pierda toda su energía, quedando inservible.

Material. Esta paja es un material lignocelulósico, también conocido como biomasa vegetal. Juan Domínguez, investigador principal de este trabajo, explica que el estudio parte de la separación de la lig-



nina de la celulosa, con el objetivo de caracterizar la primera y ver qué aplicaciones puede tener.

Una vez reemplazado el componente tóxico de la batería de litio por la lignina se observan que los resultados energéticos son prácticamente idénticos, "consiguiendo no sólo beneficios ambientales, sino también económicos, puesto que supone una reducción considerable de costes". La lignina que está contenida en la paja, sustituye al PVDF y realiza la misma función que éste, es decir, la de aglutinar los demás compuestos que forman la batería.

La lignina actúa como un pegamento natural, uniendo las partículas activas de los electrodos de la batería. Sin este aglutinante, cada vez que se cargan y usan las baterías, las partículas se irían separando -pierden la conectividad- y la batería perdería capacidad. ◆



JCARRION
www.jcarrion.es



◆ VATSERVICES |

APUESTA POR LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE FRIGORÍFICO AFILIADAS A ATFRIE

VATSERVICES, EMPRESA ESPAÑOLA LÍDER EN PRODUCTOS Y SERVICIOS DESTINADOS AL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS POR CARRETERA, APUESTA POR SER EL REFERENTE HACIA LAS EMPRESAS AFILIADAS EN ATFRIE

Atfrie es la Asociación Española de Empresarios de Transporte Bajo Temperatura Dirigida más representativa de los empresarios de transporte frigorífico, única organización patronal de implantación nacional, que aúna los intereses del Sector frigorífico español. Para Carlos Alfaro, director general de Vatservices, "desde la constitución de nuestra sociedad de servicios, tuvimos claro que debíamos proporcionar calidad a los productos y ser imaginativos con servicios nuevos de la mano de nuestros clientes. Siendo líderes en España en la gestión de peajes y tasas, en la recuperación de IVA intracomunitario, y en la tarjeta VATOil de descuentos en el repostaje en más de 40 países, ahora lanzamos al mercado el UNIVAT, dispositivo



Cena de Navidad de la Junta de Gobierno ATFRIE, patrocinada por VATSERVICES.

para el pago de peajes en toda Europa, cuyas ventajas se centran en generar una única factura de peajes por país, el cambio automático de país sin intervención del chófer, el control de los vehículos y peajes en PC o Smartphone, así como datos de consumos de peajes en tiempo real. Todos nuestros esfuerzos se dirigen a

ayudar el posicionamiento nacional y europeo de las empresas de transporte españolas, y en Atfrie debemos ayudar a su músculo empresarial asociativo".

Servicios. Tras la participación de patrocinio de Vatservices tanto en el IV Congreso Nacional de Transporte Frigorífico del

pasado septiembre como en la cena de Navidad de la Junta de Gobierno de Atfrie, Juan Manuel Sierra, secretario general de Atfrie, agradece a la sociedad de servicios su esponsorización por hacer posible tales eventos, e insiste en la responsabilidad y obligación que tiene su organización en presentar calidad en los medios materiales que el mercado ofrece a sus empresas asociadas, que prestan a sus clientes servicios de distribución.

Un mercado en constante movimiento que demanda significativos ahorros en sus costes de explotación, sin reducir por ello la calidad de la fase de transporte, objetivos que con los productos y servicios eficaces y eficientes de Vatservices estamos seguros de alcanzar. ♦

◆ YANMAR Y KONICA MINOLTA |

FUNDAN FARM EYE. SERVICIOS IT PARA LA GESTIÓN AGRÍCOLA

La recién creada joint venture FarmEye está desarrollando un servicio de consultoría agrícola que lleva a cabo servicios de toma de imágenes para explotaciones agrícolas, así como diagnósticos y sugerencias para mejorar las condiciones de crecimiento de los cultivos. Estos servicios mejorarán la eficiencia del trabajo

y reducirán la mano de obra empleada por los agricultores mediante la visualización de las condiciones de crecimiento de los cultivos a partir de fotografías aéreas tomadas por drones y su respectivo análisis. Este negocio aprovechará las fortalezas de ambas compañías: la maquinaria y la rica selección de servi-

cios de apoyo a la gestión agrícola de Yanmar; y las tecnologías de detección y procesamiento de imágenes de Konica Minolta. El negocio se centrará en la industria arrocerá japonesa y posteriormente se ampliará a otros cultivos y mercados.

Tecnologías de Yanmar y Konica Minolta. Yanmar

ha construido su diversa experiencia en gestión agrícola y tecnologías actuando como punto de contacto a través del suministro de maquinaria agrícola. El medidor de clorofila de Konica Minolta, ha sido utilizado en todo el mundo para determinar las condiciones de crecimiento de los cultivos y la gestión de fertilizantes. ♦

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

+98.435.212

170C

+75.454.329

<POSICION>
BULGARIA

+55-987-TTY

-17.003-34A

Anserlog 
Servicios Logísticos

ARGELIA

UN PAÍS NECESITADO DE LA IMPORTACIÓN

LA ECONOMÍA ARGELINA SE CARACTERIZA POR LA ESTABILIDAD EN LAS MAGNITUDES MACROECONÓMICAS, DONDE LA AGRICULTURA JUEGA UN PAPEL ESTRATÉGICO IMPORTANTE PARA SU DESARROLLO COMERCIAL.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

El sector agroalimentario sobresale por su importancia estratégica ya que Argelia es importadora de la mayor parte de sus productos de consumo alimentario.

De hecho, Argelia se encuentra inmersa en el plan estratégico 2015/2019, una hoja de ruta que contempla los sectores en los que se quiere potenciar la inversión como, la renovación de infraestructuras aeroportuarias, las energías renovables, el aprovechamiento de recursos hídricos y el sector agroalimentario.

A pesar del aumento del poder adquisitivo de los argelinos (más de las tres cuartas de la población puede pertenecer ya a la clase media). No obstante, el país sigue estando muy lejos de ser una sociedad de consumo. La mayoría de los argelinos son muy prudentes a la hora de gestionar sus ingresos y basan la decisión de compra en el precio, quedando la marca relegada a un segundo plano. Una parte considerable del presupuesto doméstico se destina a los gastos en comida.

El consumidor medio argelino es más joven que el europeo occidental, pero mayor que en el resto de África

Un gran número de productos están subvencionados por el gobierno, pero en los últimos años muchos argelinos han reducido sus gastos debido a la inflación, la devaluación de la moneda y una brusca bajada del precio del petróleo. Los créditos al consumo fueron restablecidos en 2016, pero solo para que los particulares puedan adquirir productos fabricados

o montados en el territorio nacional.

Modernización. La paulatina introducción y manejo de la tecnología agraria hace que aumente esa productividad y la eficiencia, existiendo un gran margen de mejora en la productividad de los factores, por lo que el rendimiento de la mayoría de los cultivos clave en la alimentación de la población está lejos de los máximos potenciales que podrían alcanzar con un manejo óptimo de la tecnología existente.

PUERTO DE ARGEL, MOTOR DE LA VÍA EXPORT

Es el primer puerto comercial argelino, ya que mueve más del 30 por ciento de su comercio exterior. Aprobado desde finales de la década de los noventa, la terminal de contenedores abarca una superficie de 30,3 hectáreas. Tiene dos puntos de atraque (9 a 11 metros).

La terminal de contenedores es operada por la compañía DPWORLD (Emiratos Árabes

Unidos) desde el año 2009 en régimen de concesión. Contempla un área de almacenamiento de 282.000 metros cuadrados que pueden albergar un volumen de carga de aproximadamente 120.000 toneladas, siendo el volumen medio mensual de 800.000 toneladas, lo que convierte a este puerto en uno de los principales de la zona del Magreb.

Hay nueve puertas de acceso al puerto de Argel.

Otro de los puertos de referencia de este país africano es Orán, situado en el Oeste de Argelia (Mar Mediterráneo). Además, otra ventaja que ostenta es que está ubicado cerca de las principales líneas marítimas que unen el noroeste de Europa con el Canal de Suez.





Esta mejora en la eficiencia en el uso de los factores debe ir acompañada de una mejora en el uso de los recursos y reducción de los impactos ambientales, con una mayor ecoeficiencia. La utilización de recursos de agua dulce en el riego de los cultivos es una necesidad, pero debe ir acompañada de la adecuada evaluación económica, ambiental y social de los planes y proyectos llevados a cabo para disponer de esos recursos, que a menudo son megaproyectos financiados por los estados o diversos organismos internacionales, que compiten por recursos económicos con otros sectores básicos como la salud o la educación, y que implican elevados costes econó-

micos y ambientales.

El país ha dado muestras de aperturismo hacia la inversión extranjera. El crecimiento económico se mantiene constante, gracias a las exportaciones de hidrocarburos, la creciente inversión pública y la propia demanda interna. Estos factores hacen del transporte marítimo a Argelia una opción a tener en cuenta por aquellos interesados en invertir en un país emergente, que está dando sus primeros pasos hacia la liberalización económica.

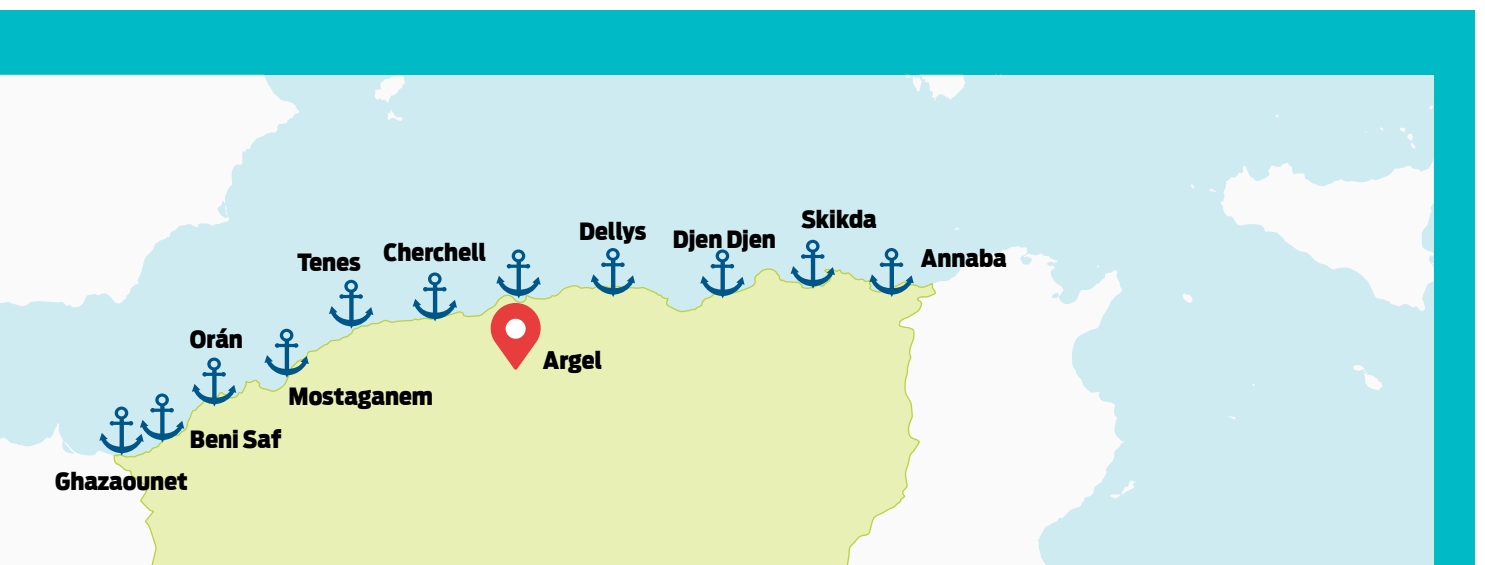
Importación. Argelia es, sin duda, el segundo mayor mercado de Francia. Como resultado, las compañías francesas esperan un aumento significativo de las

exportaciones a Argelia a punto de entrar en el año 2018. Las compañías francesas esperan que las autoridades argelinas mejoren el entorno económico y el clima empresarial.

España también pone sus miras en este país bañado por el Mediterráneo pues el transporte marítimo a Argelia es un recurso habitualmente utilizado por los exportadores españoles. No en vano, nuestro país es uno de los principales socios comerciales de la tercera potencia económica del continente africano.

Puertos. Las infraestructuras portuarias serán ampliadas en los próximos años y que se llevará a cabo la construcción de un gran

puerto comercial en el centro-oeste del país. Próximamente se realizarán los trabajos de ampliación en los puertos de Orán y Béjaïa, además de Annaba y Mostaganem (en cinco o seis años). Del mismo modo, la ampliación del puerto de DjenDjen, en la wilaya de Jijel, se realizará disminuyendo la capacidad de dársena y ampliando la capacidad general. Por su parte, ha finalizado el estudio de ampliación del puerto de Béjaïa, mientras que el proyecto de ampliación del puerto de Orán sólo se refiere a sus muelles y terraplenes, ya que el exterior de la infraestructura no se ampliará hasta la aplicación del Programa Quinquenal 2015-19. ♦





Comercio marítimo de perecederos |

La vía marítima aumentó en 2016 y se prevé que siga en 2017

EN 2016, LA DIVISIÓN ESTIMADA DE LA CARGA PERECEDERA REFRIGERADA FUE DEL 79 POR CIENTO EN PORTACONTENEDORES REFRIGERADOS Y DEL 21 POR CIENTO EN FRIGORÍFICOS ESPECIALIZADOS.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

Estas cifras cambiarán en poco tiempo o al menos así apuntan todos los pronósticos. De hecho para 2021 se prevé que esta división modal haya cambiado a un 85 por ciento y un 15 por ciento, respectivamente, en portacontenedores refrigerados y frigoríficos especializados.

Una novedad interesante en 2017 fue que el operador especializado de contenedores refrigerados Seatrade se asoció con CMA CGM para ofrecer un servicio de contenedores refrigerados de 13 buques. Queda por ver si esto marca una tendencia para la industria.

La resistencia de la industria a las condiciones económicas, comerciales e incluso climáticas adversas se ha demostrado una vez más, ya que el comercio marítimo de perecederos por vía marítima aumentó en 2016 y se prevé que siga creciendo aún más en este 2017 que llega a su fin.

Este año el mercado de refrigerados ha sumado hasta 3,3 millones de toneladas de carga marítima en 2016. Para 2021, la carga frigorífica transportada por vía marítima superará los 134 millones de toneladas, con un aumento medio del 2,8 futuro anual, según el informe de Drewry.

Futuro. A pesar de que en el futuro los niveles de crecimiento de la carga transportada por vía marítima serán inferiores a los de la última década (3,3 por ciento), estos incrementos tendrán un efecto significativo en las líneas de contenedores con capacidad refrigerada.

Con casi 400 portacontenedores con capacidad de contenedores frigoríficos por entregar, y posiblemente más aún por confirmar, posiblemente el efecto que esto tendrá no sólo en las toneladas de carga transportadas, sino también en la utilización de la capaci-

dad. Sobre la base de la cartera de pedidos confirmada, a pesar de los aumentos significativos de la capacidad de contenedores frigoríficos, la utilización de los refrigerados se mantendrá prácticamente estable debido al aumento del volumen de carga transportada por vía marítima y al aumento de la cuota de mercado para el modo de contenedores frigoríficos.

Flota frigorífica especializada. Por otra parte, con una flota frigorífica especializada en la reducción de la flota frigorífica, no sólo se reducirá el volumen de carga, sino que su cuota de mercado se reducirá interanualmente. No obstante, actualmente proporciona alrededor del 5 por ciento de la capacidad total de los frigoríficos y transporta casi el 21 por ciento del total de la carga perecedera transportada por vía marítima.

Inevitablemente, aunque

sigue transportando un volumen de carga desproporcionado, se prevé que tanto las toneladas de carga como la cuota de mercado disminuirán en este modo de transporte.

Falta de equipo. Un área a vigilar es la posible falta de equipo para contenedores refrigerados. La falta de inversiones recientes ha provocado ya una escasez en Europa y Brasil durante el segundo trimestre de este año, situación que probablemente se repita. Aunque la consolidación de los transportistas puede dar lugar a una mejora en la utilización y eficiencia de los contenedores, la falta de pedidos de equipos de contenedores realizados en 2017 es motivo de preocupación.

El sector frigorífico sigue registrando un fuerte crecimiento de la carga frigorífica, lo que resulta muy alentador para las navieras. ♦

◆ EL PUERTO DE CIVITAVECCHIA | CIERRA 2017 CON 10.000 TEUS DE FRUTA FRESCA

EL PUERTO DE CIVITAVECCHIA (ROMA) HA SUMADO LOS 10.000 TEUS EN FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS, LO QUE SUPONE INCREMENTAR SU CARGA DE TRABAJO EN UN 15 POR CIENTO CON RESPECTO A 2016.



Es el objetivo del presidente de la Autoridad Portuaria Mar Tirreno Centro-Settentrionale, Francesco Maria Di Majo, cuando llegó a su cargo hace dos años. Esta cifra viene ayudada por el acuerdo que firmó con el Puerto de Algeciras y a la reactivación del Civitavecchia Fruit & Forest Terminal.

El terminal para frutas y hortalizas frescas goza

de un espacio de 16.000 metros cuadrados con un almacén refrigerado de 10.000 metros cuadrados de superficie con capacidad para introducir 1.500 palets.

La terminal fue levantada en 2007 con un movimiento de 80.000 toneladas, aunque rápidamente fue incrementado sus volúmenes hasta alcanzar las 200.000 toneladas en 2016.

Bananas. La banana se ha convertido en el producto estrella del puerto, ya que Chiquita realiza varios tráficos de banana ecuatoriana. El tiempo de tránsito desde Ecuador hasta el puerto de Civitavecchia va entre 20-22 días, incluyendo una descarga en el Puerto de Algeciras (España).

El proyecto del presidente Di Majo va a más con Civi-

tavecchia, ya que contempla un plan de inversiones para agilizar la vida portuaria en Italia, contando con el puerto de Nápoles y Vado Ligure.

Di Majo ha hablado con Bruselas para buscar el respaldo político y financiero y acogerse al Plan Juncker e incluir en la inversión al Banco Europeo de Inversiones. ♦



Recuperación de Impuestos / IVA

- Devolución de IVA, directamente a cuenta
- Sin intermediarios y con garantía
- Condiciones económicas inmejorables
- Tramitación de bonificaciones en carburantes
- Declaraciones de cabotaje
- Representación fiscal en otros países
- Representación para tramitar gasóleo profesional
- Reembolso de impuestos de gasóleo
- Recuperación parcial del TIPP

(+34) 917 517 595

24horas@vatservices.es

www.vatservices.es

Servicios Especializados en el pago de peajes en toda Europa



viavat 
trabajando por ti

TARJETA VIAVAT TOLLCARD
Gestión de peajes,
tasas e IVA intracomunitario

Pago en todos los peajes de la UE
Información por vehículo y país
Máximo control del gasto
Mayor seguridad en los viajes



vatoil 

TARJETA VATOIL
Repostajes
al mejor precio asegurado

Una gran red de gasolineras en la UE
Consumos detallados por matrícula/país
Recuperación de IVA y TIPP
Grandes ahorros



◆ PUERTO DE CASTELLÓN | REBAJARÁ LA TASA DE LA MERCANCÍA UN 10 POR CIENTO

El Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria de Castellón ha ratificado el plan de empresa 2018 de la Autoridad Portuaria de Castellón, con un presupuesto de ingresos de 26.891.000 euros y un presupuesto de inversiones de 16.073.000 euros, un 32 por ciento superior al de 2017. "Las inversiones generan empleo mientras se hacen y crean oportunidades de futuro", ha explicado el presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón, Francisco Toledo. El presupuesto recoge una rebaja del 10 por ciento en la tasa de la mercancía, lo que que su-

pondrá un ahorro de 800.000 euros anuales a los usuarios de PortCastelló. Esta medida entrará en vigor una vez aprobados los Presupuestos Generales del Estado. Además, se ha aprobado que las tarifas por servicios comerciales para 2018 sean las mismas que en 2017. Toledo ha afirmado que "la congelación de tarifas de servicios comerciales nos permite seguir ganando competitividad para garantizar un crecimiento sostenible" y la rebaja de la tasa de la mercancía "permitirá que los sectores productivos ganen competitividad en sus exportaciones". ◆



Schmitz Cargobull |

Inaugura una nueva fábrica en Turquía

EN LA DENOMINADA MULTI-PRODUCTION PLANT (MPP) SE MONTAN TANTO SEMIRREMOLQUES DE LONA COMO SEMIRREMOLQUES FRIGORÍFICOS Y HAY PREVISTA OTRA LÍNEA DE MONTAJE PARA VEHÍCULOS BASCULANTES.



En todos los procesos se han incorporado todos los estándares de calidad de las acreditadas líneas de producto de Schmitz Cargobull y se han implementado en la nueva fábrica. La capacidad de producción de Adapazari (Turquía) se puede ampliar de forma flexible. En un primer momento, está diseñada para una capacidad de hasta 3.400 unidades. El centro de producción de Adapazari viene a subrayar la importancia del mercado turco para Schmitz Cargobull. A pesar de una considerable volatilidad, el mercado global de tráilers nuevos se sitúa en más de 20.000 unidades al año, de las cuales aproximadamente la mitad son variantes trabajadas por Schmitz Cargobull. En esta zona de Turquía, el fabricante alemán aspira a alcanzar una cuota de mercado que sea comparable a la media europea, situada en alrededor del 30 por ciento. Según el acreditado sistema

de producción de Schmitz Cargobull, la construcción de los vehículos se realiza en modernas líneas de fabricación y los componentes prefabricados se envían desde las plantas de Alemania a la sede de Adapazari y se montan allí. Sucesivamente irá aumentando la proporción de componentes locales conforme se vayan cumpliendo estrictas prescripciones de calidad.

Más centros. El nuevo centro de fabricación de Schmitz Cargobull es el último de un total de diez centros de producción en Europa y China. La fábrica de Adapazari constituye un nuevo paso en la reorientación de las actividades en Turquía. El año pasado, la marca del elefante azul se hizo cargo ya de las actividades de importación de su socio de años Enka y estableció con Schmitz Cargobull Treyler Turkey una filial propia con distribución directa según el modelo europeo. ◆

♦ SAINT CHARLES | SE MULTIPLICAN LAS VISITAS DE COMPRADORES

El grupo de pymes, Saint-Charles Export, continúa su labor promocionando la exportación de sus empresas asociadas y, como cada año, se han organizado visitas de compradores destinadas a sus empresas afiliadas.

En este escenario en noviembre se celebraron dos recepciones:

La primera delegación constaba de tres compradores polacos y un importador noruego, que hasta la fecha se había estado abasteciendo principalmente de Holanda. Con dos representantes de la gran distribución y un importador de peso, que sirven tanto a la industria como al comercio al por menor, la delegación polaca ya trabajaba con Saint-Charles International

sin conocer, no obstante, completamente la oferta de Perpiñán.

El segundo grupo estaba formado por una compradora de la distribución líder eslovena, que tiene igualmente tiendas en Bosnia y Eslovaquia, una compradora de un grupo checo que comercializa principalmente con marcas de la distribución checa, eslovaca y serbia, así como un importador polaco, también productor en su país. Dos suecos formaron igualmente parte de esta delegación. Si el primero no compraba todavía en Francia y buscaba nuevos proveedores, el segundo, posicionado en Estocolmo, ya trabajaba con empresas de la plataforma y ahora quería encontrar productos tipo "premium".



El objetivo de estos compradores es descubrir productos regionales comercializados por los productores y las cooperativas del departamento, así como la gran variedad de frutas, hortalizas y cítricos propuesta por las empresas de Saint-Charles International a través de los distintos orígenes trabajados por la plataforma.

También pudo encontrarse en este programa una empresa de productos orgánicos, que sin duda despertó el interés de los escandinavos y polacos. Este mer-

cado, todavía limitado en estos destinos, crece con regularidad en toda Europa.

Negocio. Las visitas a almacenes y estaciones de envasado se sucedieron durante estos días, con incursiones también en invernaderos de lechugas, así como en Port-Vendres.

El programa finalizó en la Provenza con un especialista de la manzana, acreditada Pink Lady, y un miembro marsellés de Saint-Charles, especializado en los orígenes corsos y tunecinos. ♦





Pujol Verdaguer S.A.

Groupage Logistique Internationale
Stockage Douanes Transport

St. Charles International
BP 95328. F - 66033 PERPIGNAN Cedex.
T. 33 (0) 4.68.56.30.30
www.pujolverdaguer.fr



◆ **HOLANDA |** **LA LOGÍSTICA DE JUMBO Y AH** **FUERZAN SUS RESORTES ANTE** **EL RETO 'CONVENIENCE'**

Jumbo y Albert Heijn se preparan para abrir más de 200 tiendas 'express' en los próximos años como consecuencia del buen rendimiento que están teniendo el modelo AH To Go.

La línea AH To Go del grupo Ahold ya se puede considerar como un proyecto consolidado, asumido y en desarrollo. Este modelo de tiendas 'convenience' que la cadena Albert Heijn instaló en el centro de las ciudades y cerca de estaciones de autobuses y trenes ha cogido carrera.

Ahora Jumbo no se quiere quedar atrás y prepara su contraoferta: Jumbo City, y no solamente para estaciones de trenes y autobuses, sino para comercios cerca de áreas de negocio donde haya una amplia representatividad de despachos profesionales y oficinas de 'business center'.

Jumbo quiere abrir entre 20-30 tiendas City durante 2018 con una oferta "ultra fresh food". Un cambio que va a suponer cambios importantes en la logística de Bakker para Albert Heijn y de The Greenery para Jumbo. Los comercios To Go y City se caracterizan por estar en espacios reducidos, "lo que obligará a las empresas a incrementar la flota de camiones especiales para dar servicio a un número de tiendas que se incrementará en los próximos años", apunta Jan-Willem Grievink, miembro del Food Service Institute.



Polonia

Piotr i Pawel suma su tercera plataforma en periodo de cambios

PIOTR I PAWEL BUSCA NUEVO INVERSOR PARA CRECER EN POLONIA BAJO SU MODELO DE VALOR. LA PRIMERA PIEDRA YA LA HA PUESTO CON UNA NUEVA PLATAFORMA EN VARSOVIA.

◆ Por Rafael Losilla
rlosilla@fyh.es

La cadena elitista de Polonia, Piotr i Pawel, ya cuenta con tres plataformas para abastecer a sus más de 150 tiendas. La tercera plataforma se ha abierto en Varsovia y suma a las que tiene en Poznan y Konin.

La nueva plataforma tiene 16.000 metros cuadrados y con capacidad para trabajar en varias temperaturas para las diferentes categorías de frutas y hortalizas. Esta nueva plataforma servirá para dar servicio a las tiendas de las regiones de Mazowieckie, Lodzkie y las regiones del Este y Sur, donde Piotr i Pawel quiere crecer.

Cambios. Esta nueva inversión no se hace por casualidad, ya que la cadena quiere empezar a desarrollar su modelo en ciudades más rurales, donde haya al menos 30.000 habitantes, pero no lo hará sólo.

La familia Wos trabaja en la búsqueda de un nuevo inversor que le ayude a dar el gran salto y crecer en toda Polonia. Este nuevo inversor no será ninguna cadena polaca y no supone la venta de sus tiendas ni de la marca Piotr i Pawel, muy consolidada en el mercado polaco.

El Bank Zachodni WBK está facilitando esta transacción, ya que busca un inversor no necesariamente vinculado a la gran distribución, y sí con capacidad económica para afrontar un plan



Piotr i Pawel busca nuevo inversor para afrontar su expansión en Polonia.

expansionista de nuevas aperturas.

Piotr i Pawel no quiere cambiar de cara, ya que su propuesta es muy particular para un público de un poder adquisitivo superior, que durante el tiempo de la crisis tuvo que realizar sus ajustes, pero una vez superados los peores momentos, la cadena vuelve a crecer y a recuperar a una parte de la clientela que perdió durante la segunda década del siglo XXI.

Es cierto que la francesa Carrefour ha puesto sus ojos en crecer en Polonia, pero el ejecutivo Robert Krzak ha negado cualquier tipo de conversaciones con la cadena gala. ◆

Portugal

Los consumidores elevarán sus compras en comercios especializados

Es el último estudio divulgado por la consultora Nielsen sobre los hábitos de compra por parte de los consumidores portugueses. El estudio señala que en 2018 un mayor número de portugueses adquirirán productos frescos en comercios especializados.

El estudio no recoge el perfil de comestible, pero sí apunta la buena imagen que tienen las tiendas tradicionales y profesionales entre los portugueses al darles una mejor puntuación en cuanto a servicio, calidad de producto y disponer de programas de fidelización diferentes a los de las cadenas.

Y esto ocurre cuando el estudio de Nielsen desvela que un 42 por ciento de los portugueses está dispuesto a pagar algo más por productos de valor.

Mayoristas. Este cambio de tendencia beneficia sobremanera al segmento mayorista, principal proveedor de los comercios especializados en alimentación. De hecho, el MARL –Mercado Abastecedor de Loures– en Lisboa, ha visto un desarrollo de las empresas mayoristas en el último año,

al igual que la Zona Industrial de Loures Business Park.

No existen datos ciertos sobre la cuota de mercado que gozan los comercios especializados y las fruterías en Portugal. Los operadores líderes de la industria portuguesa hablan que el comercio tradicional puede situarse en torno al 20 por ciento. ♦

♦ MERCATOR | INVERTIRÁ 1,8 MILLONES EN MEJORAR LA LOGÍSTICA

La cadena Mercator destinará el cinco por ciento de sus inversiones a mejorar la logística de sus operaciones entre las tiendas. Un total de 1,8 millones de euros, destinados a renovar y mejorar su parque de automoción. Esta cantidad se mantendrá a pesar de que Mercator es propiedad de Agrokor, grupo croata en suspensión de pagos, pero que ha sido rescatado por el Gobierno de este país. Mercator en Eslovenia se ha mantenido al margen de la quiebra, hasta el punto de que sus 83 tiendas siguen activas, y su hoja de ruta establece nuevas aperturas hasta el 2021 y con la proyección de superar los 100 millones de euros de facturación a partir del citado ejercicio.



Imagen del Mercado de Loures en la ciudad de Lisboa.



Transporte seguro y sostenible

Contamos con las certificaciones de seguridad alimentaria demandadas por los mercados más exigentes. Garantizamos el seguimiento y seguridad de sus envíos gracias al sistema de GPS de última generación. Logramos una cadena de suministro neutra en emisiones de CO₂ a través del Programa Eco-Logistics.


INTERNATIONAL LOGISTICS SERVICES
Frío Guerrero







Edif. Centrodulce · C/ Salzillo, 9 · 3°C · AGUADULCE (Almería) Spain · Tel. 00 34 950 58 34 25 · info@frioguerrero.com
www.frioguerrero.com

¿Cuál es el punto a mejorar en la cadena de frío?

TIEMPO, TRAZABILIDAD Y DIGITALIZACIÓN EN LA MERCANCÍA DE PERECEDEROS, ORGANISMOS SANITARIOS, AMPLIACIÓN EN INSTALACIONES... SON ALGUNOS DE LOS PUNTOS A DESARROLLAR PARA CONTEMPLAR UNA CADENA DE FRÍO LO MÁS COMPLETA POSIBLE.



♦ **Javier López**
Autoridad Portuaria Bahía de Algeciras

“En mi opinión, creo que hay que mejorar en la digitalización y trazabilidad de la mercancía de perecederos. Debe haber una mayor transparencia del exportador con el importador. Además creemos que hace falta que en el ámbito marítimo demos un paso en temas tan importantes como el Remote Control”.



♦ **Sonia Maíllo**
TIBA Group

“Los organismos sanitarios. El servicio es caótico y ni se involucran, ni se sensibilizan con las mercancías que están manejando. No le dan celeridad al servicio y si tienen que rechazarte un contenedor por un baile de números o por un código no les importa independientemente de lo que cueste ese contenedor. Creo que es importante mejorar estos servicios porque para el puerto de Algeciras son importantísimos”.



♦ **Maribel Grau**
Total Terminal Internacional Algeciras (TTIA)

“Lo esencial a mejorar en la cadena de frío es el tiempo. Una mejor coordinación de todos los agentes involucrados en el manejo de esa carga y una optimización de la información lo que supone es que se mejore el tiempo de tránsito y, por lo tanto, evitar que esa mercancía pierda valor. Tiene que haber una gran coordinación entre la naviera, la terminal, el transportista que viene a buscar el contenedor, el almacén y las instituciones y organismos que tienen que inspeccionar esa carga. Todas esas partes de la cadena logística deberían tener la misma información para que esa carga no tuviera que esperar”.



♦ **Álvaro Partida**
Partida Logistics

“En el puerto de Algeciras necesitamos muchas más instalaciones porque hay mucho tráfico y se mueven volúmenes gigantescos, sobre todo, de frutas, hortalizas y pescados congelados. Nuestro mercado es Marruecos y por esas tierras hay falta de músculo de frío por lo que es necesario unas mejores instalaciones. De hecho, estamos viendo la opción de establecer colaboraciones con diferentes agentes aquí o hacerlo de manera independiente”.

La impresión digital en cartón ondulado abre las puertas a la innovación en el comercio hortofrutícola

EL GRAN RETO QUE ENFRENTA A LAS MARCAS ACTUALMENTE ES DIFERENCIARSE. PARA AFRONTAR ESTE RETO SE VEN OBLIGADAS A PROPORCIONAR EXPERIENCIAS DE COMPRAS RELEVANTES, DINÁMICAS EN EL MOMENTO QUE LOS CONSUMIDORES TOMEN SUS DECISIONES DE COMPRA.

La revolución digital permite tiradas más cortas y personalizadas, serialización, seguimiento y localización de cajas con elementos gráficos más atractivos. Por lo tanto, entramos en una nueva era de captación de la atención de los clientes y mejora en la cadena de suministro. Un buen ejemplo es el caso práctico de Melinda.

La impresión digital ha evolucionado significativamente, con HP al frente de la revolución digital con prensas muy productivas y calidad comparable al offset. Pero no se trata solamente de velocidad y calidad. Hay que asegurar que las tintas utilizadas en la impresión de la caja resulten seguras y no contaminen los productos en su interior. Con el surgimiento de distintos tipos de tecnología digital, la complejidad y riesgos han aumentado tanto para los productores de alimentos como de cajas. Solamente la impresión con tintas base agua permiten impresión segura para alimentos ya que no contiene reactivos químicos UV ni requiere barreras adicionales.

Normativas. Hay cierta confusión en el mercado ya que otros proveedores de prensas digitales, anuncian tintas de impresión de inyección de tinta curable UV convencionales o base agua curadas con UV de "baja migración" que cumplen ciertos requisitos pero podrían estar limitadas al embalaje secundario.

Hay normativas o guías que orientan a los productores. De las normativas más estrictas

está la Swiss Ordinance y hay otras, aún más rigurosas, que provienen de las marcas (por ejemplo Nestlé o Mars-Wrigley).

La Swiss Ordinance requiere que todos los componentes de la tinta sean apropiados para su uso pero también requiere que cada uno de los componentes no migre a los alimentos a un nivel más alto que su límite específico.

Tinta. Desde las marcas, la presión ejercida sobre las tintas que contienen elemento químicos reactivos a los rayos ultra violetas es aún más intensa. Por ejemplo, una tinta UV contiene un ingrediente que cumple con los requisitos de la Swiss Ordinance pero que no está permitido por la guía Nestlé. O puede que se acepte este ingrediente pero dentro de un marco muy estricto de un proceso controlado y complejo de impresión (velocidad de impresión y curado, cantidad de tinta, mantenimiento del equipo UV, entre otros).

En HP creemos que los productores de alimentos necesitan contar con un método de impresión fiable, seguro y simple como en las que ofrece las prensas HP PageWide. La impresión con base agua es inherentemente más robusta como solución de embalaje de alimentos y se dirige a una amplia gama de marcas, tipos de alimentos y configuraciones de embalaje (incluidos los envases primarios).

¡Al final, nunca se sabe dónde acabarán las cajas! ♦



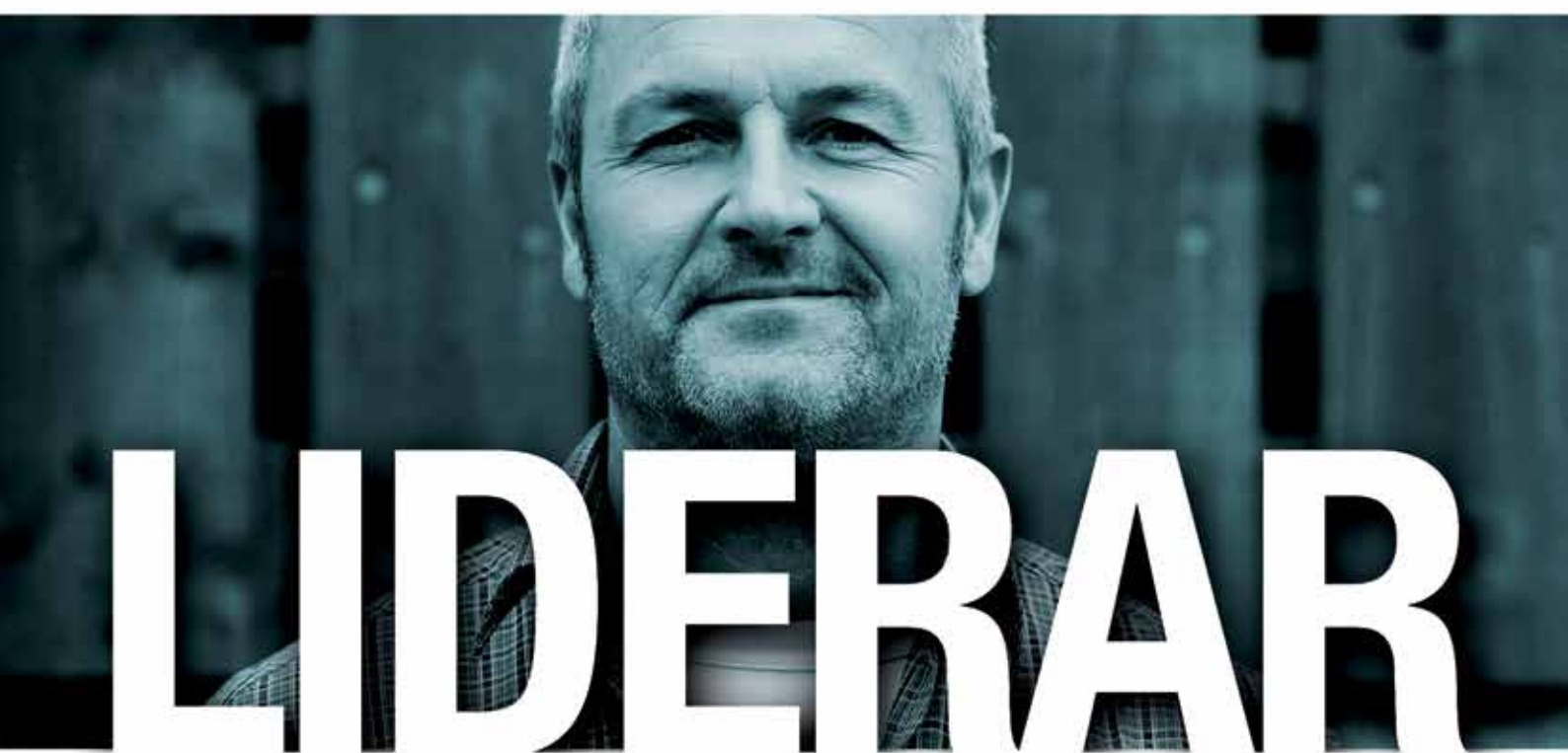
Por Luis Christophe

MARKETING
MANAGER HP INC.

Investigamos para mejorar nuestro sector agroalimentario.
Compartimos todo el conocimiento para hacerlo crecer. Y crecer juntos.

Lo impulsamos con toda nuestra energía profesional y financiera.
Con nuestros productos agro y servicios especializados.
Hasta ser expertos y líderes en el negocio agroalimentario.

ESTÁ EN NUESTRO ADN...



LIDERAR

Contigo



cajamar
CAJA RURAL