

F&H

LOGÍSTICA PROFESIONAL



ENTREVISTA
Michael
TRAPEZANLIDIS



La logística confía en el gas natural

100% Calidad y Fiabilidad

TROPS
www.trops.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

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

+17.003.34

17°C

<POSICION>
BULGARIA

Anserlog 
Servicios Logísticos

10 years fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

23-25
OCT.
2018

MADRID - ESPAÑA



**10 YEARS AFTER...
WHERE GLOBALIZATION & DISTRIBUTION MEET**

1,600 exhibitors - 70,000 trade participants - 120 countries

www.fruitattraction.com



IFEMA, Feria de Madrid
902 22 15 15
fruitattraction@ifema.es

ORGANIZAN





6 Panorama
 España es uno de los países del mundo que más gasineras tiene con 57 y cuenta con más de 40 años de experiencia con más de 40 de experiencia. Con el motor de biogás se reduce un 90 por ciento la huella de carbono.

◆ **Entrevista**
 MICHAEL
 TRAPEZANLIDIS **8**

◆ **Tic**
 ALBERT HEIJN PROBARÁ EL
 ETIQUETADO LÁSER **22**

◆ **Intermodal**
 MARRUECOS MUESTRA SU
 CAPACIDAD PRODUCTORA
 DE BERRIES **10**

◆ **Industria Auxiliar**
 VOLVO TRUCKS APUESTA
 POR EL GAS NATURAL
 LICUADO **23**

◆ **Origen-Destino**
 ALEMANIA, UN CLIENTE
 QUE SIGUE ILUSIONANDO **16**

◆ **Export to**
 MARRUECOS SACA TAJADA
 DEL VETO RUSO **26**

◆ **Picking**
 UNIQ, UN ALIADO DE
 ÉXITO EN LA JORNADA
 DE 5 AL DÍA **18**

◆ **Logistic news**
 BERNARDINO ABAD: UN
 EJEMPLO DE ÉXITO **30**

◆ **Ventas**
 BUEN ARRANQUE EN
 LA PRODUCCIÓN DE
 VEHÍCULOS EN ESPAÑA **25**

◆ Secciones	5 La imagen	18 Picking	29 Logística News
	6 Panorama	21 Ventas	32 Distribución
	8 Entrevista	22 Tic	34 Gestos
	10 Intermodal	23 Industria Auxiliar	35 Ways
	16 Origen-Destino	26 Export to	

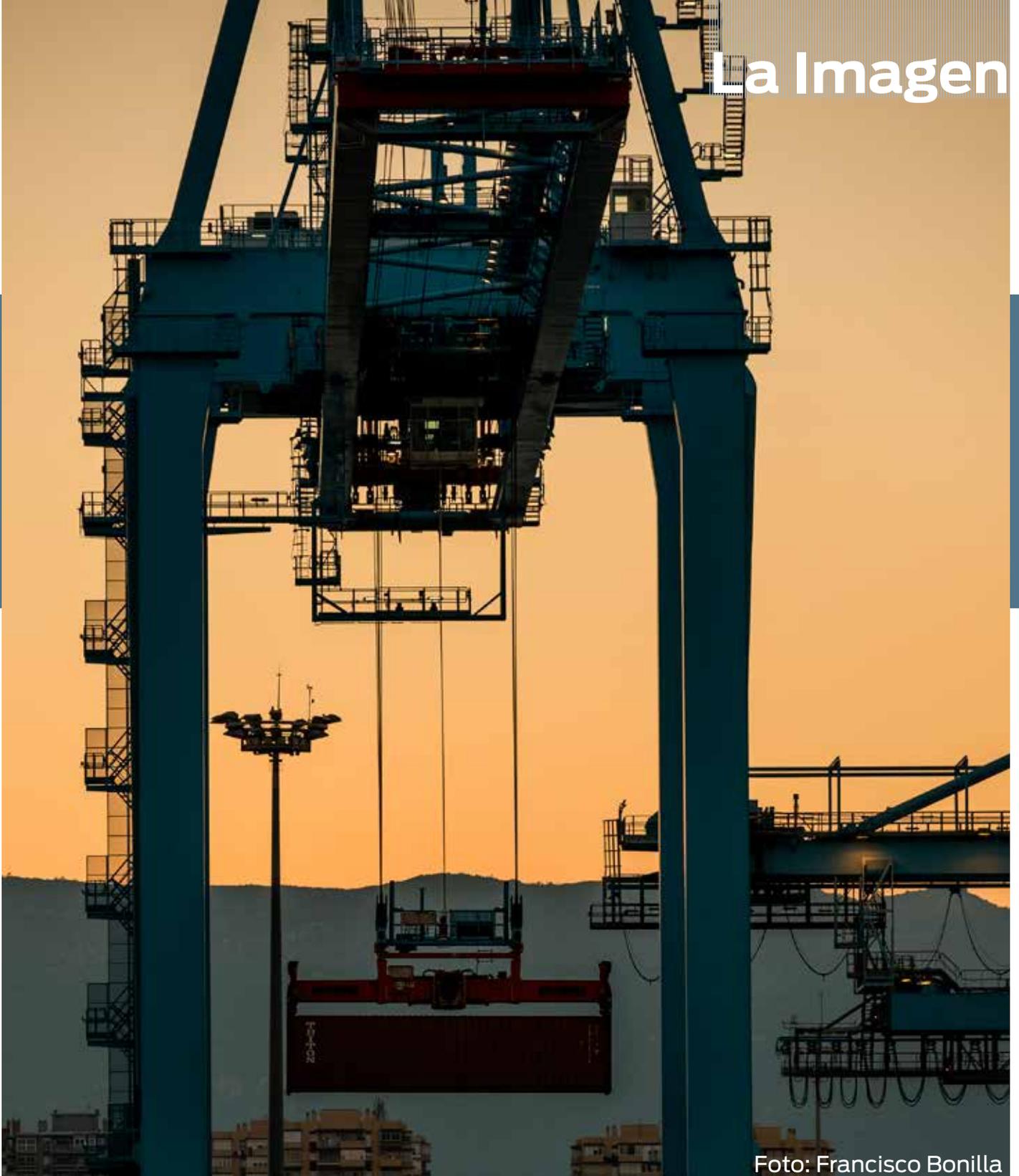


Foto: Francisco Bonilla

Atardecer entre gruas y pisos marítimos.

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: 2603-9451

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.

España apuesta por el gas natural para su logística

ES UNO DE LOS PAÍSES DEL MUNDO QUE MÁS GASINERAS TIENE CON 57 Y CUENTA CON MÁS DE 40 AÑOS DE EXPERIENCIA. CON EL MOTOR DE BIOGÁS SE REDUCE EN MÁS DE UN 90 POR CIENTO LA HUELLA DE CARBONO.

Por Juan Arias
jarias@fyh.es

La logística del transporte cada vez se preocupa más por la sostenibilidad y por el cuidado del medio ambiente. De ahí, que las distintas compañías estén pensando en el uso de las energías limpias para sus servicios logísticos. En la transición hasta el transporte con vehículos eléctricos, de momento se apuesta por el gas natural, ya sea por el Gas Natural Comprimido (GNC) o por el Gas Natural Licuado (GNL).

España es referente en GNL.

España es un referente mundial en el conocimiento y uso del GNL y cuenta con más de 40 años de experiencia. Además se encuentra a la cabeza de la Unión Europea en capacidad de almacenamiento de GNL con un 40 por ciento de la capacidad total en 2016. Existen un total de 6 plantas de regasificación operativas ubicadas en Barcelona, Bilbao, Cartagena, Ferrol, Gijón, Huelva y Sagunto, si bien la de El Musel entrará en funcionamiento cuando la recuperación de la demanda lo requiera. Según explican desde Gasnam, estas terminales permiten recibir gas en estado

líquido, reduciendo 600 veces el volumen ocupado por el gas lo que hace muy interesante su transporte, sobre todo por vía marítima, desde el punto de vista económico.

Proyecto ECO-GATE. Actualmente, España es uno de los países del mundo que más gasineras –estaciones de servicio de gas natural– tiene. En este sentido es líder en Europa con 57, de las que 23 también pueden suministrar GNC y 28 exclusivas del gas natural comprimido.

Además, próximamente España contará con 35 estaciones más, de las que 14 serán de GNC, 20 de GNC y GNL y 1 de GNL.

Además la Comisión Europea financia con 10 millones de euros el desarrollo del proyecto europeo ECO-GATE, un plan de acción global para el desarrollo de la movilidad con GNC y GNL en Europa, que lidera GAS NATURAL FENOSA a través de la distribuidora Gas Natural Madrid.

Las más de 20 gasineras contempladas, se ubicarán en cada uno de los 4 países de desarrollo del Proyecto, Alemania, Francia, Portu-

gal y España, y para ello la financiación aprobada se repartirá entre los cuatro países. España recibirá financiación para desarrollar gasineras en Barcelona, Burgos, Madrid, Murcia, Salamanca, Irún, Tordesillas, La Junquera, Córdoba y Cartagena, entre otras ciudades. Por otro lado y, según datos de Enagás, gestor técnico del sistema, actualmente existen en España 932 plantas satélites de GNL activas repartidas a lo largo de la geografía española –tanto en la península como en las islas–, de las cuales 132 son

propiedad de empresa distribuidoras y el resto se encuentran en manos de consumidores individuales. Las plantas satélite proporcionan al sistema suficiente flexibilidad para atender a los potenciales incrementos en la demanda de gas natural. Además reciben GNL mediante camiones cisterna para suministrar gas natural donde no existe gasoducto. Su capacidad de almacenamiento oscila entre 5 y 1.000 metros cúbicos en función del tamaño y número de depósitos por planta. Esto supone que





Foto: Juan Arias

Gasinera portátil en Alcalá de Guadaíra.

España es el tercer país del mundo en número de estas plantas, precedido de China y Turquía.

Confianza de los transportistas.

En cuanto al transporte por carretera, cada vez son más los transportistas que apuestan por el gas natural vehicular. En este sentido, las principales marcas de vehículos pesados están desarrollando motores que necesitan de este combustible. Y no es para menos porque la autonomía de un vehículo con el GNL puede ser de hasta 1.000 kilómetros.

Además con estos motores se reduce de manera importante las emisiones de CO₂ hasta en un 20 por ciento en relación a un motor diésel. A todo esto hay que añadir que con el motor de biogás se reduce en más de un 90 por ciento la huella de carbono con respecto al diésel.

Ensayos en el ferroviario.

Aunque en el transporte ferroviario aún no se está desarrollando, eso no quita para que ya se hayan hecho varios ensayos. En este sentido, Renfe, Gas Natural Fenosa y Enagás van a continuar realizando pruebas

piloto para comprobar si es factible el uso de este combustible en sustitución del diésel.

Si los resultados de las pruebas fueran óptimos supondría no sólo grandes ventajas económicas y ambientales sino de la propia logística ya que podría ser una alternativa a la hora de electrificar tramos de vías que aún no lo están.

Algo muy parecido a lo que sucede con el transporte terrestre pasa con el marítimo. En este sentido, el GNL es una gran alternativa para descarbonizar el transporte por mar. De hecho, muchas navieras ya están encargando sus barcos con motores alimentados por GNL y no con derivados del petróleo. El uso de este combustible cada vez está aumentando, debido al ahorro de costes que supone. Puede utilizarse en todo tipo de embarcaciones, incluyendo ferries, cruceros, tanqueros, graneleros o portacontenedores. Además, ofrece numerosas ventajas, como la eliminación total de las emisiones de SO_x y las partículas, y la reducción de las emisiones de NO_x hasta en un 85% y las de CO₂ hasta en un 20%. ♦

El Puerto de Huelva, referencia en el suministro de Gas Natural Licuado

El Puerto de Huelva se ha convertido en el primer puerto base en España con un servicio de bunkering por GNL de buque a buque gracias a la puesta en servicio de la gabarra multiproducto Oizmendi de Cepsa, que convierte al puerto onubense en puerto estratégico del Mediterráneo Occidental en suministro de Gas Natural Licuado (GNL).

Así, ofrecerá un nuevo servicio de suministro de GNL mediante bunkering a través de la primera gabarra multiproducto del Sur de Europa, con capacidad para abastecer a buques impulsados tanto por combustible tradicional (fuel-oil o gas-oil), como por Gas Natural Licuado, que a partir de 2020 se situará como el principal combustible del transporte marítimo internacional, según ha estipulado la OMI en su plan de reducción emisiones derivadas de combustibles fósiles y reducción a un límite del 0,5% el contenido de azufre en bunker.

Sin duda, un paso hacia delante del Puerto de Huelva en el abastecimiento de gas natural licuado mediante bunkering de buque a buque, que se complementa, además, con la planta regasificadora de Enagás situada en sus instalaciones, lo cual lo sitúa como puerto de referencia en abastecimiento de este tipo de combustible. Esta oferta de servicios se ve reforzada por la excelente situación geoestratégica del Puerto de Huelva como puerta de entrada al Estrecho y lugar de paso entre Europa y West África, así como en las rutas Mediterráneas con Latinoamérica.

Michael Trapezanlidis |
responsable de logística de Abbey View Produce

“Nuestros clientes quieren una solución de transporte barata y con el menor impacto sobre el medio ambiente”

ABBEY VIEW PRODUCE ES UNO DE LOS PROVEEDORES DE HORTALIZAS MÁS IMPORTANTES DE REINO UNIDO Y DESDE SU DEPARTAMENTO LOGÍSTICO TIENEN MUY CLARO QUE, TANTO LA PRODUCCIÓN COMO, SOBRE TODO EL TRANSPORTE DE SUS HORTALIZAS DEBE SER SOSTENIBLE Y, DE AHÍ, SU APUESTA POR LAS ENERGÍAS LIMPIAS.

Por Juan Arias
jarias@fyh.es

L.P: Para una empresa como la suya supongo que la logística es una parte fundamental...

M.T: “Es muy importante. La logística representa en torno al 12 % de nuestros costes y en invierno crece hasta casi el 20 % porque la mayoría de los productos son importados”.

L.P: ¿Apuestan por energías limpias?

M.T: “Somos muy respetuosos con las emisiones al medio ambiente y hay dos o tres formas con las que cuidamos este aspecto. En primer lugar, tenemos nuestras propios viveros donde producimos electricidad a partir del gas y luego, tomamos el excedente de nuestras producciones para calentarlos, de modo que no pagamos nada por la electricidad durante el año. La segunda es que, nuestro nuevo edificio, está totalmente cubierto con placas solares, de modo que producimos

un montón de energía a partir del sol. Desafortunadamente estamos en el Reino Unido, pero si estuviéramos en España haríamos, incluso, dinero, produciendo nuestra propia electricidad.

Compensación del CO2

L.P: ¿Hasta qué punto es importante para su empresa la compensación de las emisiones de CO2 que les hace Frío Guerrero?

M.T: “Fundamental. Ese es el tercer aspecto al que me refería anteriormente. Es una exigencia de nuestros clientes, de modo que tenemos que centrarnos en ello si queremos conseguir algo. Creemos en la sostenibilidad para los agricultores, para el negocio, para el medio ambiente, y somos realmente conscientes de que sin un medio ambiente seguro, no tendremos nada que vender en unos

años. Hacemos grandes esfuerzos no solo para reducir las emisiones, sino en todo lo que tiene que ver con el medio ambiente, intentamos poner en marcha soluciones de embalaje que implican el uso de menos plástico. Fuimos los primeros en poner en práctica estas cosas”.

L.P: Entiendo de sus palabras que para sus clientes la sostenibilidad es fundamental...

M.T: “Sí, esa es la base de lo que hacemos. Sabemos exactamente que lo que vendemos viene de la tierra, crece de la tierra, no es nada que podamos comprar los materiales y construirlo. Por eso, es muy importante para todos que lo hagamos de un modo sostenible. No son solo los campos de cultivo, es el transporte, el packaging, el modo en el que llega a los consumidores, minimizando el desperdicio. Todos los eslabones de la





cadena son aspectos que trabajamos de forma sostenible”.

Futuro

L.P: En su opinión, ¿hacia dónde va el futuro de las frutas y hortalizas desde el punto de vista de la logística?

M.T: “No es algo fácil de decir. Ha habido muchos ensayos en el pasado para hacer la logística más eficiente. El transporte marítimo es el mejor desde el punto de vista medioambiental. El problema con nuestros productos es que son frescos y perecederos y que deben llegar en tres o cuatro días, lo que supone un problema para el transporte marítimo.

L.P: ¿Y en cuánto la transporte por carretera?

M.T: “Se han hecho cosas en los últimos diez años, gracias a las normativas Euro 5, Euro 6 y ahora, la Euro 7, que nos permiten unas mínimas emisiones

para ser certificados. De hecho, intentamos usar soluciones de transporte que solo permitan camiones Euro 7. Sin embargo, la realidad nos dice que los consumidores en Reino Unido esperan tener hortalizas durante todo el año. Eso significa transportar hortalizas desde áreas muy lejanas del planeta y, a veces, logísticamente, esto puede ser muy complicado. De ahí que muchas veces se recurra al transporte aéreo, tal y como demuestra que el 30 % de las hortalizas que llegan al Reino Unido lo hagan por aire.”

L.P: ¿Cuáles son los requerimientos de sus clientes en cuanto a la logística?

M.T: “Los clientes son muy estrictos y específicos. Ellos quieren una solución de transporte barata, con envíos a tiempo y con el menor impacto sobre el medio ambiente y no están dispuestos a comprometer ninguna de estas partes”. ♦

“Somos conscientes de que sin un medio ambiente seguro, no tendremos nada que vender en unos años

“El 30 % de las hortalizas llegan al Reino Unido por aire

“Si estuviéramos en España ganaríamos dinero con la energía solar



Marruecos

El 'dorado' de los berries'

EL SECTOR DE LOS BERRIES (FRESAS, FRAMBUESAS, ARÁNDANOS, MORAS) SE HA DESARROLLADO CONSIDERABLEMENTE DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS EN EL REINO ALAUITA AMPARADO EN EL CONSIDERABLE AUMENTO DEL CONSUMO EN EL VIEJO CONTINENTE.

Por Daniel Lafuente
revista@fyh.es

Las crecientes cifras se explican por la proximidad con Europa, el clima favorable, buen suelo, agua, mano de obra calificada y los incentivos para la inversión.

Según los últimos datos que maneja FAO, la superficie plantada de berries ronda las 4.800 hectáreas y una producción de 170.000 toneladas de media, según campaña. El sector se ha convertido en el más moderno y que genera mayor empleo, además de ofrecer posibilidades para la exportación.

Entre el 80-90 por ciento de la producción marroquí de

berries se encuentra en la región de Gharb-Loukkos. La actividad en la región factura más de 125 millones de euros y genera en torno a 17.000 empleos.

Cultivo. El cultivo de la fresa se inició en Loukkos-Gharb a finales de la década de los setenta y en la actualidad la extensión de cultivo ya contempla las 3.600 hectáreas distribuidas principalmente en entre Loukkos (80 por ciento) y Gharb (20 por ciento).

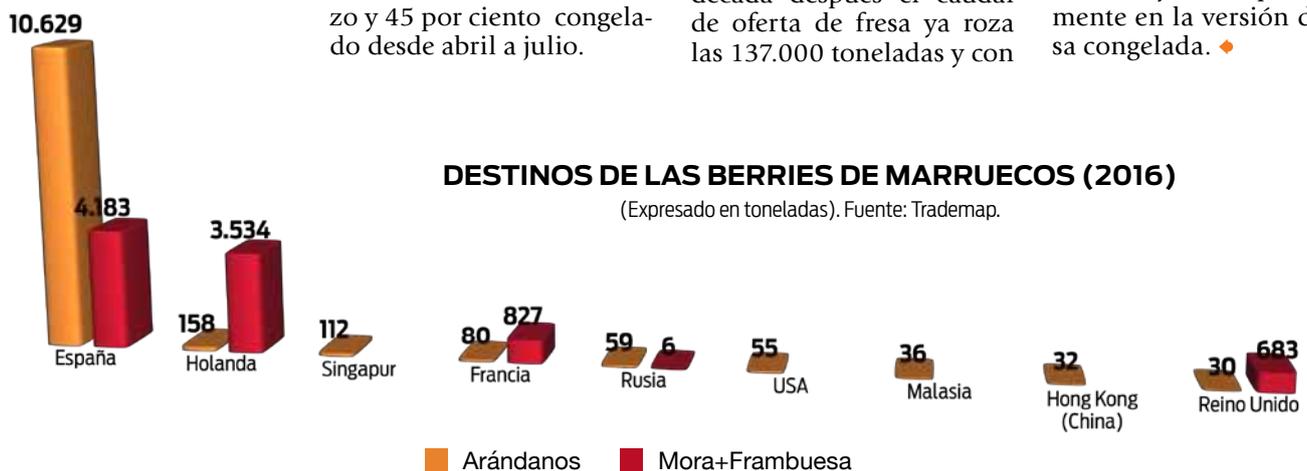
La producción en el último ejercicio de 2018 se cifra en torno a las 140.000. Casi dos tercios de la producción se exporta: 20 por ciento en fresco de noviembre a marzo y 45 por ciento congelado desde abril a julio.

Evolución. El crecimiento de las hectáreas plantadas de fresas ha sido más que significativo en los últimos años en el reino alauita. De apenas una superficie de 10 hectáreas en la década de 1980, han pasado a 290 en 1992, y 3.179 registradas en la campaña 2016. Su crecimiento se ha dado de forma progresiva y se concentra, sobre todo en la zona de Kenitra.

El desarrollo de esta área ha permitido que la producción aumente paralelamente a la plantación de esta fruta. De hecho, según las cifras que maneja FAO en 2006 se cosechan 112.000 toneladas y una década después el caudal de oferta de fresa ya roza las 137.000 toneladas y con

una clara tendencia alcista en los próximos ejercicios. Este aumento se debe, principalmente, a una mayor solicitud de producto. Portugal, Francia, Holanda, Alemania o Reino Unido, entre otros destinos se han convertido en los principales mercados para el país norteafricano.

Otro punto importante a destacar es la cercanía geográfica de Marruecos, hace que la fresa marroquí resulte mucho más barata y fácil de exportar que la procedente de Chile y México; pero además, los productores en Marruecos miran a otros mercados demandantes, como Rusia, Canadá y USA, principalmente en la versión de fresa congelada. ♦





Arándano

El 'oro azul' marroquí

LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARÁNDANO SIGUE CON BUEN RITMO. LAS FIRMAS ESPAÑOLAS VEN EN ESTE PAÍS UNAS AMPLIAS POSIBILIDADES DE NEGOCIO. EUROPA SE POSICIONA COMO UNO DE LOS DESTINOS DE REFERENCIA.

A pesar de ser una de las especies de más reciente introducción en la fruticultura mundial, la producción y consumo de arándanos en la última década ha tenido un crecimiento espectacular, tanto en América del Norte, donde ya había una gran tradición debido a la gran disponibilidad de estos frutos procedentes de poblaciones silvestres, como en otros países del continente europeo, Asia e incluso en algunos países del hemisferio sur, con poca o nula tradición de consumo.

Incursión. Aunque el arándano se asocia comúnmente a las regiones frías del Hemisferio Norte, uno de los productores europeos

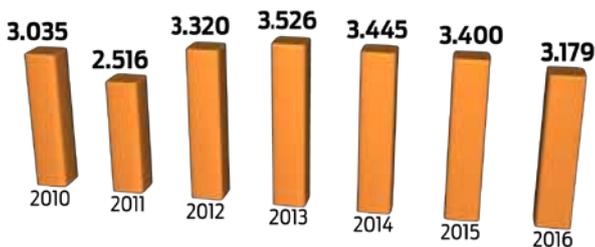
de esta fruta del bosque, Mercacorreas, es aragonés y empezó hace unas campañas cultivar el cotizado 'oro azul'. En su incursión africana, "elegí una zona climatológicamente propicia para estos frutos, que necesitan horas de frío y también de luz y calor, explica Lorenzo Correa, gerente de Mercacorreas. Algunas de las empresas punteras del sector están diversificando y ampliando su negocio con producto importado o con plantaciones propias fuera de la región, especialmente en Marruecos. Esta estrategia les permite asegurar cosechas complementarias, ampliar su calendario de comercialización colocando producto más temprano en

los grandes mercados europeos, y ahorrar costes. Y es que hasta ahora, las grandes empresas con invernaderos en Marruecos han sido de capital francés y se concentraba en los alrededores de Agadir, esta realidad ha ido ampliándose a las empresas españolas que ven un negocio fructífero gracias a las posibilidades de negocio invirtiendo en las frutas con un amplio recorrido de consumo en Europa, junto a los subtropicales.

A este crecimiento han

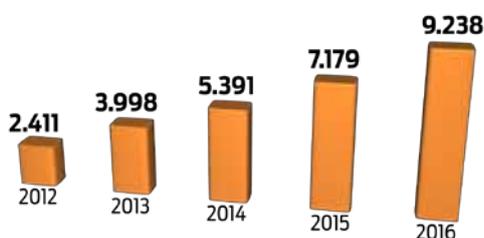
contribuido, fundamentalmente, los numerosos estudios realizados sobre este fruto en los últimos años, que han demostrado la gran cantidad de efectos beneficiosos que tienen sobre la salud.

Desde la mejora de la agudeza visual, que fue uno de los primeros beneficios que se le atribuyeron a este fruto, hasta uno de los últimos trabajos donde se apunta que los arándanos pueden contribuir a prevenir o retrasar la enfermedad de Alzheimer. ♦



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE FRESA DE MARRUECOS

(Expresado en toneladas). Fuente: Trademap.



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE FRAMBUESA Y MORA EN MARRUECOS

(Expresado en toneladas). Fuente: Trademap.

EJIDO CARTÓN®
www.ejidocarton.com

Impresión a todo color
Formas personalizables
Amplia gama de formatos
100% resistentes a la humedad
Con opción de tapa plástica

Modelo patentado

Envases para packaging ecológico.
Ecological packaging.

FSC
www.fsc.org

Pol. Ind. La Rodonda, 95 - 04710 Sta. Uf. del Aguila - El Ejido (Almería) SP4114
T +34 950 580 712 F +34 950 580 669 M comercial@ejidocarton.com

Marruecos

El arándano conquista Europa

EL ARÁNDANO HA SIDO UNO DE LOS ÚLTIMOS BERRIES EN DESARROLLARSE EN EUROPA. SU ESCALADA SIGUE EN AUMENTO Y LOS PROFESIONALES POR AHORA DESCONOCEN DONDE SE ENCUENTRA SU TECHO.

El crecimiento sectorial del arándano en Europa ha sido muy importante estos últimos años. Teniendo en cuenta la población, el tamaño del mercado potencial es, no obstante, considerable. El volumen de la producción actual sigue siendo aún muy bajo en comparación con otros mercados más maduros. La zona europea representa probablemente uno de los mayores potenciales de crecimiento para los próximos años.

Reino Unido. La penetración del arándano en el Reino Unido sigue fuerte. De hecho, en 2003 apenas contemplaba una cuota de

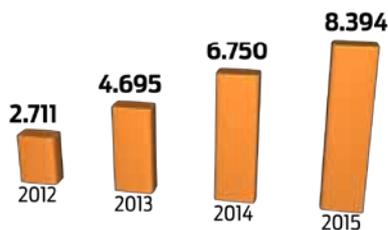
mercado del 6 por ciento; una década después su cuota ascendió hasta un 34 por ciento y el último dato que se dispone en la actualidad (2015) arroja un porcentaje un 43 por ciento. Unas cifras que llaman al optimismo, ya que su valor también se ha multiplicado notable-

mente. De hecho, en 2013 el mercado del arándano en las islas apenas reportaba 10 millones de libras, por los 170 millones de libras en 2013 o la nada despreciable cantidad en 2015 de 262 millones de libras, lo que supone un repunte de un 54,1 por ciento.

Los profesionales del sector de los frutos rojos en el Reino Unido señalan que durante casi 20 años, el consumo de arándanos en el Viejo Continente ha sido impulsado principalmente por el mercado del Reino Unido.

Una de las claves hay que encontrarla en el potencial de los minoristas y el esfuerzo de las empresas proveedoras en sus programas de arándano, exigiendo la máxima calidad del producto.

Y es que año tras año la ingesta de berries crece en el Reino Unido, hecho que puede ser atribuido a un incremento por el interés de los consumidores por co-



EVOLUCIÓN EXPORTACIONES DE ARÁNDANO DE MARRUECOS

(Expresado en toneladas). Fuente: Trademap.

Mercacorreas

La fruta del bosque sigue en alza

ESTE MAYORISTA ZARAGOZANO SIGUE MANTENIENDO SU EQUILIBRIO COMERCIAL AMPARADO EN LAS VENTAS EN MERCAZARAGOZA, SU PRODUCCIÓN EN MARRUECOS, SOBRE TODO BERRIES, Y SU APUESTA POR LA EXPORTACIÓN.

El volumen comercial de la empresa, sólo con las ventas en el entorno de Mercazaragoza, se sitúa de media en torno a las 18.000 toneladas, lo que la convierte en un referente en la región aragonesa, donde los productos que más peso específico recaen en el plátano de Canarias (6.000 toneladas); tomate (2.000 tns) y

melón y sandía (2.500 tns). También fruta de hueso y fresas, ambas con 1.000 toneladas puestas en escena y así hasta 50 productos. Dentro de la vía import, la fresa es su producto estrella, no en vano cuenta con una superficie de cultivo de aproximadamente 100 hectáreas, una línea de negocio que se verá refrendada esta

campana. Además, dentro de la familia del berry sigue apostando por el arándano (50 hectáreas), que sigue manteniendo una dinámica positiva, "ya que este producto sigue con su buena aceptación en casi toda Europa", apunta Correas. Sin embargo, es en la judía donde la firma ha visto menguar considerablemente sus

cifras. Y es que a juicio de Correas, "la producción de judías en Marruecos ya no es un negocio tan rentable como antaño".

La firma cuenta en la actualidad con una extensión de cultivo de sólo 10 hectáreas en el territorio marroquí.

Servicios. Desde su sede, en Mercazaragoza, se sumi-

mer productos saludables y sabrosos.

Valores. Cuando el consumidor británico se acerca a los lineales a comprar berries reclama una serie de valores a tener en cuenta. Es decir: fruta con color, fácil de consumir, con una buena conservación una vez que se la han llevado a casa. También buena calidad y precio.

Por último, piden fruta que no haya sido recolectada demasiado temprano y buscan productos diferentes y novedosos.

Las compras de berries no están aún desestacionalizadas, como sucede con tomates, calabacín, pepinos o piñas, entre otros, sino que el comercio minorista está concentrado entre abril y junio cuando se consume un gran porcentaje de des esta fruta.

Por ahora el consumidor británico piensa que la fruta que anuncia el verano y tiende a pensar en producto local, producto fresco y producto cercano.

Francia. Este fruto rojo se está haciendo cada vez más



popular entre la población francesa. Sus cualidades peculiares: sabor, está lleno de antioxidantes, así como un gran ingrediente para recetas caseras en tartas y pasteles, así batidos y yogures está cosechando un gran éxito entre la población gala.

Tanto es el consumo de los arándanos que la venta en los diferentes envases ha evolucionado a formatos más grandes. "En la actualidad se pueden encontrar envases de flow pack de 300 y 500 gramos de arándanos y menos de los más pequeños, ya que este berry se consume cada vez más en Francia", explica Francisco Morán gerente de Tro-pibana.

Un dato: las importaciones de estos berries crecen cada año a buen ritmo y los pronósticos a corto medio plazo apuntan a una continuidad de esta línea alcista.

En este escenario, la frambuesa es otra fruta del bosque que también se va incorporando a la dieta cotidiana en parte porque los franceses están descubriendo sus propiedades vitamínicas y efectos positivos en la salud del ser humano. "Ya está empezando a alcanzar cifras relevantes. De hecho, desde los últimos años se empieza a observar un cierto despegue en su consumo", asevera Morán. Además, añade que "mientras el consumo de arándanos y frambuesa tienen una tendencia en alza, aunque con un ritmo lento, la mora o la grosella presentan cier-

to estancamiento en su consumo".

Holanda. Holanda es un destino muy apetecible para los grandes productores de estos frutos rojos como Chile, España o Perú, este último tiene en Holanda el tercer país de destino de su arándano. De hecho, se dirige aproximadamente el 21 por ciento de las exportaciones de este berry.

Y es que si hay que destacar un consumo de un fruto rojo en el país del tulipán ese privilegio recae sin dudas en el arándano. Sus cifras de consumo hablan por sí solas, ya que al año un holandés consume arándanos en una horquilla entre 950 gramos y 1.000 gramos, con un crecimiento del 700 por ciento desde 2010, lo que dice mucho sobre el entusiasmo de los holandeses por los arándanos. ♦



Lorenzo Correas.

nistra frutas y hortalizas a grandes cadenas alimentación, almacenistas, mercados centrales nacionales y exportación a Europa.

El servicio de Mercacorreas, no sólo se circunscribe a la distribución de frutas y hortalizas. Por ello, inte-

gra dos empresas especializadas que completan su oferta: Terra Agronómica España y Envasado Bolskan Correas. "Con estas firmas apostamos por el negocio internacional, amén de mostrar nuestro compromiso social", explica Lorenzo Correas, director-gerente de Mercacorreas.

La primera, es una empresa fundada en 2004, que centra su principal actividad en la importación de productos hortofrutícolas de Marruecos. Cuenta con una producción propia de las marcas Worldfres y Nodia, fruto de las hectáreas de tierra adquirida en Larache y Agadir. ♦

La logística de las berries tiene su punto de 'Partida' en Algeciras

EL CONSEJERO DELEGADO DE ESTA AGENCIA DE ADUANAS, LUIS RAMOS, EXPLICA QUE SU TRABAJO ES FACILITAR LAS OPERACIONES AL EXPORTADOR PARA QUE EL ENVÍO DE LA MERCANCÍA LLEGUE LO MÁS RÁPIDO POSIBLE Y SIN PROBLEMAS.

Si importante es la producción y la comercialización hortofrutícola no lo es menos la logística, un aspecto al que a veces no se le da la importancia que merece pero que es fundamental para que el público pueda consumir esa fruta o hortaliza que desea.

Para facilitar que esa mercancía llegue al consumidor sin ningún problema están empresas como Partida Logistics. Su consejero delegado, Luis Ramos, subraya que "hacemos una labor importante para que todo sea correcto tanto desde el punto de vista logístico como el fiscal. Según explica el propio Ramos, "el hecho de enviar una fresa o un arándano para luego venderlo, por ejemplo, en Europa no sirve de nada si luego el exportador tiene problemas con la Agencia Tributaria". Precisamente, ese es el trabajo del área que dirige Ramos en este operador logístico. Según explica, "buscamos la trazabilidad" para que un producto, como las berries que salen de Marruecos, y que va a distintos países, no tenga problemas para llegar a los destinos. "Lo primero que hacemos es dotar de información al exportador y hablar con él para que toda la



Luis Ramos.

documentación sea la correcta", explica a la vez que asegura que "gracias a esa información podemos saber dónde y a qué hora se ha despachado determinada mercancía".

Seguimiento. Desde esta agencia de aduanas tienen claro que el "seguimiento" de los envíos es una parte fundamental

de la operación logística y, por eso, "contamos con gente que está a disposición de todos los organismos para que estos puedan inspeccionar la mercancía lo más rápido posible".

Según reconoce no hay ningún producto que sea más complicado que otro desde el punto de vista logístico aunque explica que en el caso de frutos rojos como la fresa y la frambuesa no es necesario el certificado sanitario algo que no sucede con los con los arándanos, otro de los productos estrella de Marruecos, y que sí deben venir del país del Norte de África con un certificado oficial fitosanitario.

No obstante, en el transporte de los frutos rojos, Ramos sí aconseja al transportista que trabaje con cabeza tractora y remolque porque, de esta manera, el procedimiento de despacho e inspección puede ser "más ágil".

Marruecos, una realidad.

Ramos aseguró que, aunque se hable mucho del futuro de Senegal en el desarrollo de la industria agrícola, Marruecos sigue siendo una realidad. En este sentido, apuntó que desde el país magrebí se realiza una "buena logística del contenedor camión" y "saben adecuar las mercancías donde están haciendo un trabajo fantástico".

El consejero delegado de Partida Logistics destaca que se nota la evolución de los europeos que, cada vez más, montan empresas en Marruecos con la intención de producir allí. Así apunta que, "en un principio es un reto para ellos no por el idioma sino por las circunstancias del país, la legislación y otros aspectos importantes en los que nosotros les ayudamos". De hecho, concluye, "nuestra función no es otra que la de ayudar a cualquier exportador ya sea marroquí o de otro sitio". ♦





SUS FRUTAS Y HORTALIZAS

Desde PERPIGNAN ...

EN TODA EUROPA

DÍA A/B

DÍA A/C

DÍA A/D

DÍA A/E



ALEMANIA

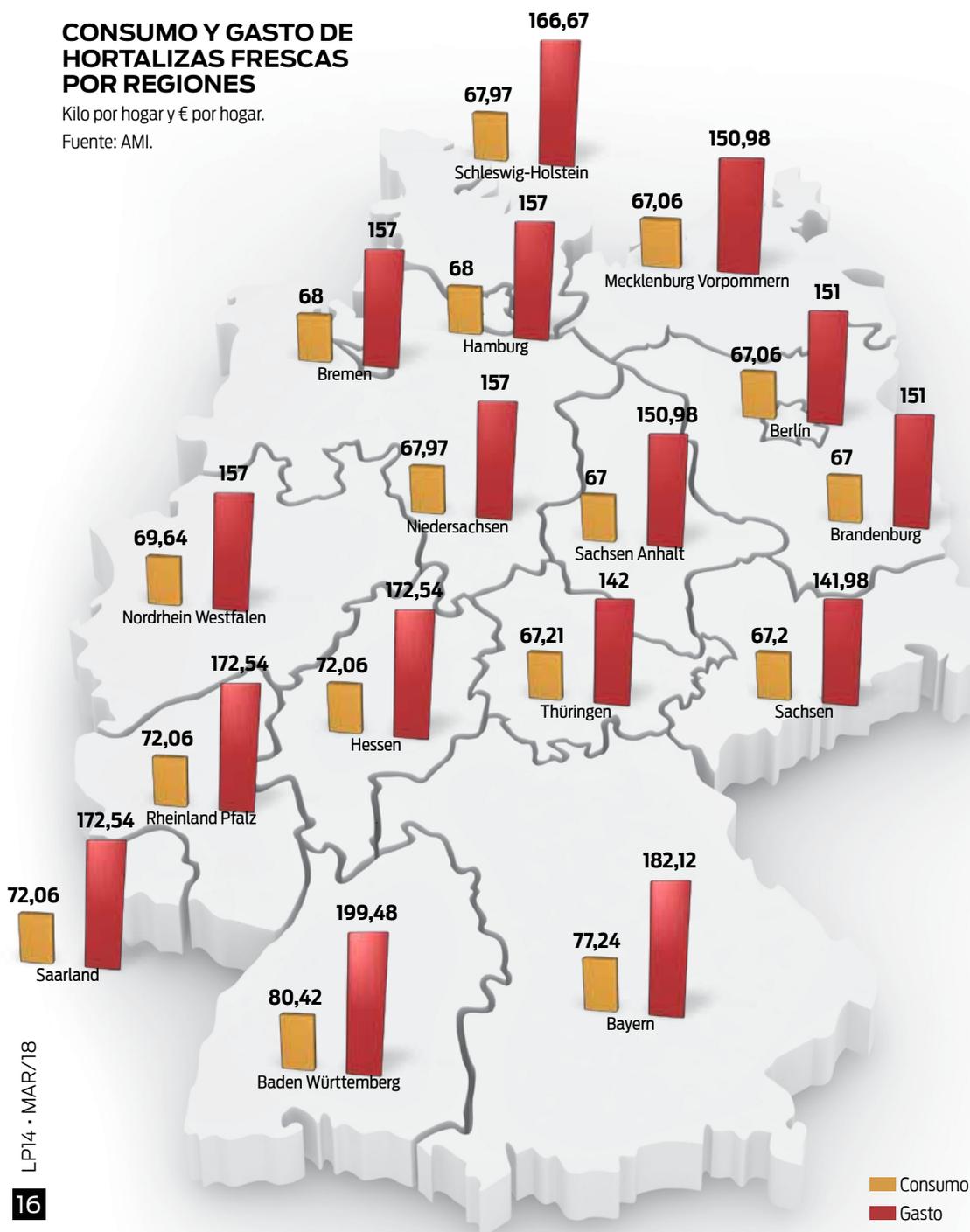
Las dos exportaciones

ALEMANIA ES UN DESTINO DE IMPORTACIONES, PERO LA EXPORTACIÓN REFLEJA DOS REALIDADES. UNA REALIDAD CON OFERTA PROPIA A BASE DE PATATAS, ZANAHORIAS O MANZANAS. Y UNA REALIDAD REEXPORTADORA, YA QUE LAS CADENAS ALEMANAS ABASTECEN A SUS TIENDAS DEL ESTE DE EUROPA DESDE ALEMANIA.

CONSUMO Y GASTO DE HORTALIZAS FRESCAS POR REGIONES

Kilo por hogar y € por hogar.

Fuente: AMI.



Por Rafael Losilla
rlosilla@fyh.es

De Alemania se conoce su capacidad como importador de frutas y hortalizas. Casi siete millones de toneladas le convierten en el mayor importador de la UE.

Pero Alemania también recoge una línea exportadora bajo dos prismas: el mercado internacional de su oferta en bulbos, berries y fruta de pepita; y la vía de la re-exportación para frenar la corrupción.

La producción. Alemania es un productor de referencia en cultivos como la patata, zanahoria, cebollas o coles en hortalizas y fruta de pepita, fresas o albaricoques en frutales.

De hecho, Alemania aparece como uno de los grandes productores UE en líneas como patatas, fruta de pepita, cerezas o fresas, y se muestra en la mayoría de las referencias en el 'Top 20' de los exportadores, aunque no siempre por la oferta doméstica.

La industria alemana en referencias como la zanahoria, el espárrago o la patata elevan sus cifras de manera llamativa y se convierten en actores de referencia entre sus mercados vecinos como Francia, Austria o los mercados nórdicos.

Sólo en patatas, Alemania es el tercer exportador a nivel mundial con unos volúmenes cercanos a los

dos millones de toneladas y con una tendencia estable y consolidada.

Los mercados de referencia por la vía 'export' para la patata alemana son Holanda y Bélgica, y en menor medida Italia.

Además de la patata, Alemania se manifiesta como exportador de referencia en la zanahoria con cifras por encima de las 50.000 toneladas con sus vecinos Holanda, Austria y Francia como destinos de referencia.

La demanda interna. Aunque Alemania no es una plaza exportadora, ya que su demanda interna es fuerte con sus 83 millones de consumidores, y el grueso de la producción alemana se dirige al mercado doméstico.

Alemania cuenta con un consumo de frutas de más de 89 kilos, donde destaca el peso de la manzana -19 kilos- y la banana -casi 17 kilos; mientras suma casi 72 kilos en hortalizas, destacando el tomate -casi 12 kilos- y la zanahoria -más de ocho kilos-. Cabe destacar el fuerte consumo del pepino -más de siete kilos-, que convierten al alemán como el europeo que más consume de esta categoría per cápita.

Los consumos tanto de frutas como de hortalizas son más visibles en las regiones del Sur -Bayern y Baden Württemberg- que en el resto.

La reexportación. Pero uno de los elementos a tener en cuenta en el comercio internacional de Alemania son sus operaciones de reexportación a los mercados del Este de Europa, donde el capital alemán está muy presente.

Alemania es el noveno exportador de banana a nivel mundial; el vigésimo en cítricos, tropicales o fruta de hueso; o el duodécimo en hoja y en pepino.

La llave de estas cifras hay

que buscarlas en las operaciones internacionales que realizan las plataformas que realizan las plataformas en Alemania de las cadenas Lidl, Aldi o Rewe a los destinos del Este de Europa.

El principal motivo de estas operaciones es evitar los tratos de favor de los ejecutivos de estas cadenas ubicadas en el Este de Europa a los proveedores.

Durante muchos años, la política de compras de las cadenas alemanas en Repú-

blica Checa y Polonia no se han basado en criterios objetivos, y por este motivo, las operaciones de compra para estos dos destinos del Este de Europa se realizan desde las plataformas centrales, ubicadas en Alemania.

Por este motivo hay dos mercados en donde siempre están las reexportaciones que se realizan desde Alemania con categorías donde Alemania no cuenta

con oferta propia: Polonia y República Checa.

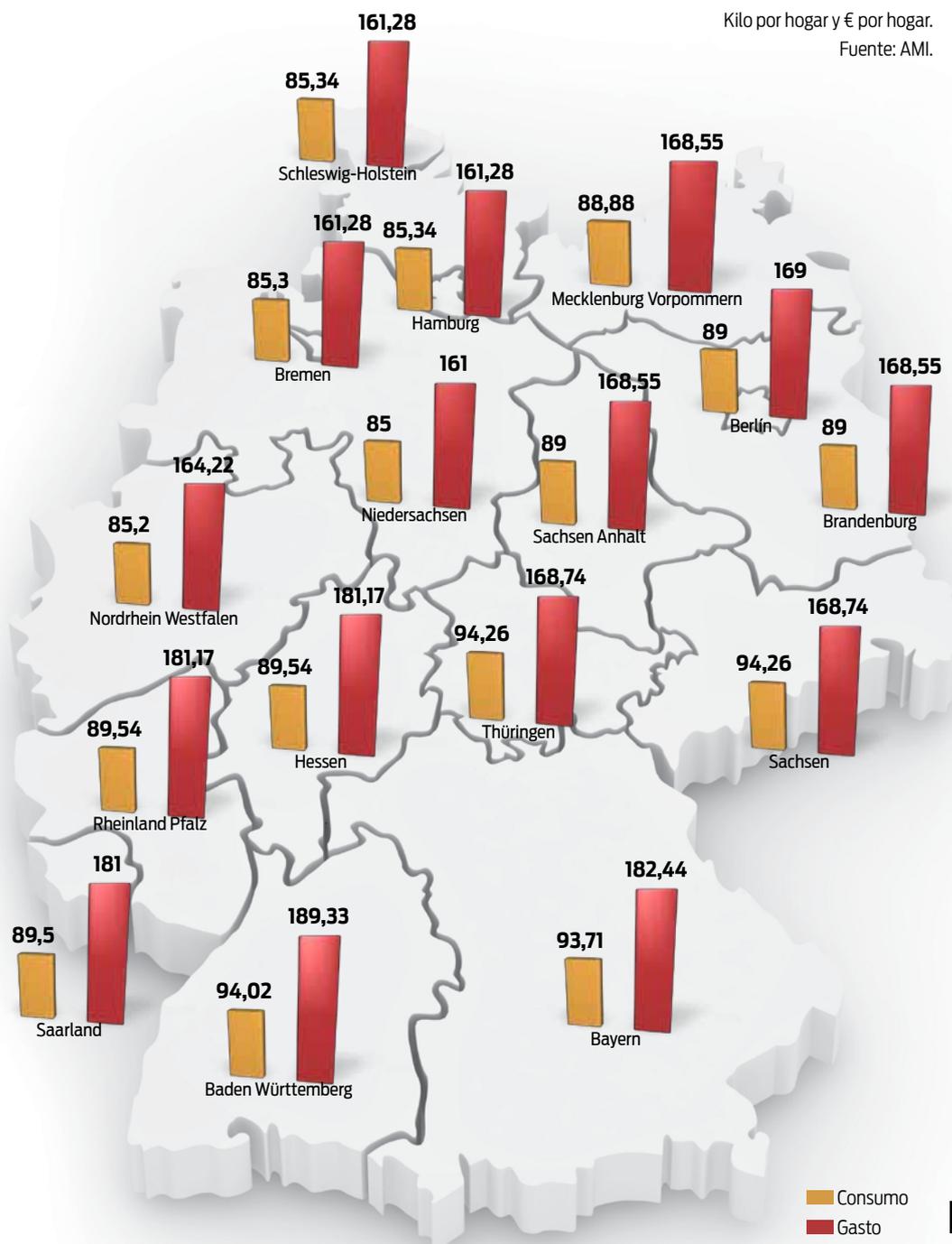
En estos dos destinos, las cadenas alemanas cuentan con una presencia importante. Rewe lidera las ventas en la República Checa con un Lidl siendo alternativa.

En Polonia, Lidl se hace visible junto a Penny Markt, y estas dos cadenas realizan muchas compras desde las plataformas alemanas, al igual que Kaufland. ♦

CONSUMO Y GASTO DE FRUTAS FRESCAS POR REGIONES

Kilo por hogar y € por hogar.

Fuente: AMI.





◆ UNIQ | ALIADO DE ÉXITO EN LA JORNADA DE 5 AL DÍA

EL SELLO DE CALIDAD UNIQ PARA EMBALAJES DE CARTÓN ONDULADO, PILAR ESTRATÉGICO DEL SECTOR HORTÍCOLA, PATROCINADOR DE LA JORNADA.

La cita anual de la Asociación 5 al Día tuvo lugar los días 6 y 7 de marzo en el Centro Administrativo de Mercamadrid. Durante la primera jornada se celebró la XX Asamblea General de Socios con la participación de numerosos expertos del sector hortícola que concluyó con la cena y entrega de los premios 5 Al Día. El día posterior vino marcado por la Jornada Profesional donde se debatió sobre las estrategias empresariales de futuro y las perspectivas digitales del entorno del propio sector. Es ya conocido el notable

compromiso con el sector hortofrutícola del sello de calidad UNIQ, el embalaje



agrícola en cartón ondulado líder que no podía faltar en este evento, pues

aporta servicio tanto a productores, comercializadores, exportadores y a la distribución.

Por su parte, 5 al día ha acogido con afecto la participación de UNIQ, marca comprometida desde sus inicios con la Asociación.

Cada vez son más los agentes interesados en apostar por la caja agrícola de UNIQ, un envase sostenible que proporciona garantía, calidad y confianza, un soporte perfecto para trasladar información del producto, facilitar su trazabilidad y promocionar su marca. ◆



◆ POLYMER LOGISTICS ESPAÑA | AUMENTA SUS VENTAS UN 15 POR CIENTO

Tras la positiva trayectoria registrada por la compañía en los últimos años y lejos de frenar su crecimiento, Polymer Logistics ha conseguido batir su récord alcanzando una tasa de crecimiento del 15% con respecto al ejercicio 2016.

A nivel estratégico, esta evolución ha permitido reorganizar la compañía y adoptar una nueva estructura con la que afrontar su expansión hacia los

mercados más incipientes, además de desarrollar una red de distribución especializada y sectorizada para atender con mayor precisión las necesidades de cada zona y sector. La compañía ha despuntado principalmente en dos direcciones: agroalimentación e industria. A nivel industrial Polymer Logistics ha experimentado una gran expansión a través de la colaboración con empresas loca-

les ya establecidas en el mercado. En este sentido la compañía ha logrado alcanzar un crecimiento del 50% con respecto al año anterior. En cuanto al sector agroalimentario ha llegado a triplicar su presencia en los principales operadores de la gran distribución.

En cuanto a la gestión de activos, las mejoras realizadas en el depósito de Abadiano han permitido incrementar la producti-

vidad de los equipos con la consecuente mejora de la capacidad de las instalaciones y por lo tanto un aumento en la capacidad de prestación de servicios del 12%. A nivel sectorial estas mejoras han conseguido incrementar la participación en nuevos sectores y consolidar la posición en los tradicionales realizando aproximaciones con bastante éxito tanto a nivel cualitativo como cuantitativo. ◆



CONFIANZA SIN FIANZA

AFCO

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





◆ NANOTECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LAS BOLSAS DE PLÁSTICO

La bolsa Trendlife Gold MA-MH es la primera bolsa de este tipo a escala mundial destinada al sector de la fruta fresca. Es capaz de liberar compuestos del tamaño de nanomoléculas en la atmósfera modificada, en la que se encuentra el producto fresco.

Los compuestos derivados de la nanotecnología que penetran en la atmósfera procedentes de la bolsa de plástico, reaccionan ante el exceso de moléculas de agua liberadas del producto. Estos compuestos son capaces de destruir el exceso de moléculas de agua y mante-

ner la humedad a un cierto nivel.

Este tipo de bolsas influye indirectamente en la evolución de la putrefacción al reducir la humedad en el interior. Se desarrolló una versión especial de Trendlife Gold para evitar el crecimiento de patógenos y el origen de infecciones, especialmente en los tiempos de almacenamiento más críticos. Además, la compañía Deka Plastik ha desarrollado unas bolsas que retrasan el proceso de descomposición mediante la liberación de sustancias antimicrobianas. ◆

◆ GREENPEACE | PIDE QUE SE ELIMINEN LOS PLÁSTICOS DE UN SOLO USO

La organización ecologista Greenpeace ha reclamado a los supermercados que “dejen de añadir capas de plástico” a los alimentos, pues “suponen un gran problema medioambiental”.

La asociación, sin ánimo de lucro, ha detallado que los supermercados tienen un papel crucial en esta situación, “ya que la gran mayoría de sus productos están envasados y ofrecen escasas alternativas a las personas consumidoras”. La organización ecologista ha recordado que “la producción y el consumo de plásticos sigue aumentando cada año a un ritmo alarmante” y hasta 12 millones de toneladas llegan a los océanos

cada año, esto es, “el equivalente a un camión de basura que acaba en el mar cada minuto”.

“Hasta ahora, la presión para luchar contra la contaminación por plásticos se había puesto sobre la ciudadanía, pero es hora de que los supermercados tomen responsabilidad al igual que las empresas e industrias que ponen esos plásticos en circulación”, ha puntualizado la responsable de plásticos de Greenpeace, Alba García.

Y ha recordado que “en otros países ya abundan los supermercados que han tomado el liderazgo y van a dejar de ofrecer plásticos de un solo uso”. ◆



◆ HANS KLOTZ | NUEVAS BOLSAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS A GUSTO DEL CONSUMIDOR

Las nuevas bolsas Pouches de frutas y hortalizas de Hans Klotz procedente de Bolzano se pueden suministrar, a gusto de cada cliente, en diferentes tamaños de bolsas de compresión y embalajes.

De hecho, las diferentes mezclas están disponibles tanto en calidad orgánica como convencional. La oferta incluye una variedad de purés de frutas y verduras, como manzana, pera,

kiwi, albaricoque, melocotón, plátano, mango, guindas, frutas del bosque, frambuesa, así como zanahoria, batata, guisante, espinacas y chirivía.

También es posible mezclar los purés de frutas y hortalizas individualmente y crear nuevas recetas, según su gusto. Todos los productos están libres de conservantes y no contienen azúcar industrial. ◆

Matriculaciones marzo |

La Semana Santa deja una buena subida

EL MES DE MARZO CIERRA CON 128.175 MATRICULACIONES. EL CANAL DE PARTICULARES CAE UN 3,3 POR CIENTO FRENTE A UNA SUBIDA DEL 2,1 POR CIENTO DEL MERCADO.

El mes de marzo ha cerrado con 128.175 turismos matriculados, según las cifras que maneja Anfac. Esta cantidad supone un repunte del 2,1 por ciento en comparación con el mismo mes del año pasado.

El pasado mes, debido a la celebración de la Semana Santa, ha contado con dos días laborables menos que marzo de 2017, lo que se ha dejado notar especialmente en el canal de particulares, que ha descendido un 3,3 por ciento.

En el acumulado de matriculaciones de los tres primeros meses del año, se

registraron 340.311 matriculaciones, lo que supone un 10,5 por ciento más que en el periodo enero-marzo de 2017. En el cómputo global del trimestre todos los canales han logrado signo positivo, si bien es el de particulares el que menor crecimiento ha registrado: un 7,3% frente al 10,5% del global del mercado.

Canales. El canal de particulares ha registrado en el mes de marzo 55.179 matriculaciones, lo que, como se ha indicado, supone una caída del 3,3 por ciento frente al mismo periodo

del año pasado. En el acumulado de enero a marzo de 2018, las matriculaciones de este canal suben un 7,3 por ciento, alcanzando las 159.855 unidades. Una vez más, el de particulares es el canal que porcentualmente menos crece, situándose, además, por debajo del total del crecimiento del mercado.

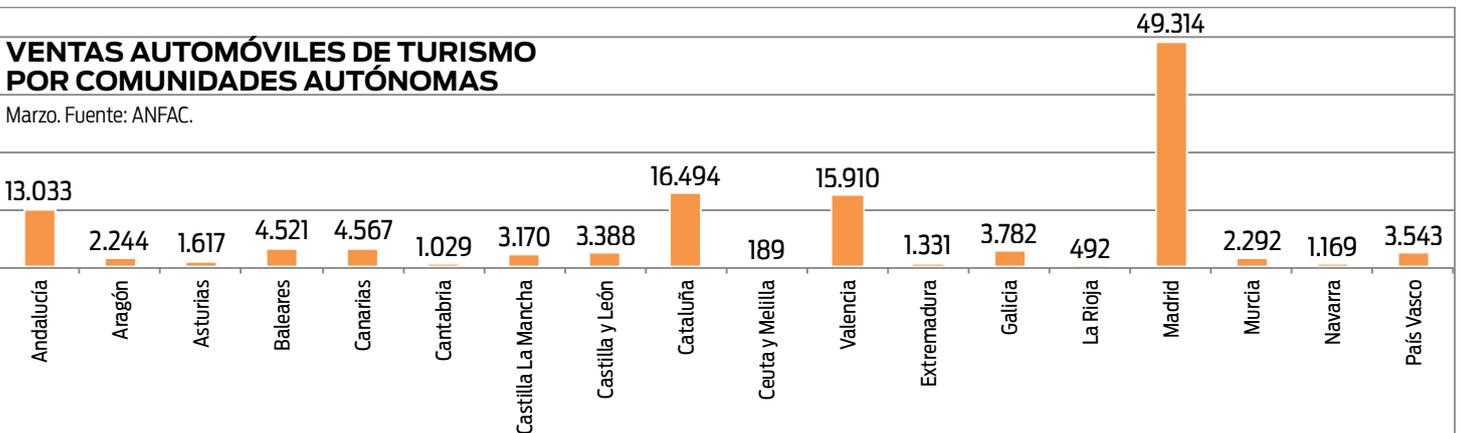
Por su parte, el canal de empresas se mantiene muy activo, con 37.021 matriculaciones en marzo y una subida del 11,5 por ciento respecto a idéntico mes de 2017. En el acumulado de matriculaciones entre ene-

ro y marzo de 2018, las empresas registraron 101.485 unidades, con un crecimiento del 17,5 por ciento si se coteja con los tres primeros meses del pasado ejercicio.

En cuanto al mercado de alquiladores, éste alcanzó las 35.975 matriculaciones en el mes y ha subido un 1,8 por ciento respecto a marzo del año 2017. En el primer trimestre del año en curso, este canal ha obtenido 78.971 registros, cantidad que representa una subida del 8,9% en comparación con los tres primeros meses del pasado año. ♦

VENTAS AUTOMÓVILES DE TURISMO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Marzo. Fuente: ANFAC.



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



◆ ALBERT HEIJN | PROBARÁ EL ETIQUETADO LÁSER DE LASER FOOD

La campaña holandesa Albert Heijn hará una prueba de etiquetado láser en los productos hortofrutícolas de la firma Laser Food. Esta empresa ha crecido en los últimos 12 meses de la mano de Delhaize en Bélgica, Hoogvliet en Holanda y en las cadenas germanas Rewe, Edeka y Netto. La sueca ICA fue la primera cadena en aceptar el sistema de etiquetado láser de manos de Eosta y la respuesta ha sido apropiada por parte de los consumidores. Una vez utilizada, “recibimos solicitudes de información desde Ca-

nadá hasta Japón”, señala Paul Hendriks de la firma Eosta.

El sistema Laser Food se empezó desarrollando en aguacates y batatas y ahora la cadena ICA lo está incluyendo en mangos, jengibre, calabazas, pepinos y calabacines.

El Laser Food es un “sistema inteligente capaz de detectar automáticamente los frutos y etiquetarlos con láser en tiempo real, sin importar si son piezas sueltas o si están en caja”, señala Stéphane Merit, gerente de Desarrollo Comercial Internacional de Laser Food. ◆

PAGAR SIN PASAR POR CAJA

La cadena Albert Heijn ha comenzado los ensayos de la tecnología ‘tap to go’ (tocar e irse) que permitirá a los clientes comprar sin tener que pasar por la caja registradora.

Esta iniciativa se encuentra en fase embrionaria y está siendo testado en el AH To Go de la ciudad de Zaan-dam. El proyecto y los tests se están desarrollando con la empresa tecnológica y con una entidad financiera para ver su correcto funcionamiento.

El sistema de funcionamiento radica en registrarse a través de una aplicación e

ir pulsando los productos adquiridos a través de una tarjeta que toca directamente la pantalla donde se anuncia el producto y el precio del mismo, y salir de la tienda sin tener que pagar físicamente. A los 10 minutos, el dinero es transferido de la cuenta del usuario a la cuenta de la cadena de supermercados.

Todo se está llevando con mucha prudencia y no se ha desvelado el proveedor tecnológico. El objetivo de Albert Heijn es tenerlo instalado en todas las tiendas To Go en junio de 2018. ◆



Las tiendas Albert Heijn To Go acogerán este novedoso sistema.

◆ DIGITAL ENTERPRISE SHOW | DES 2018, CALIENTA MOTORES

El mayor encuentro mundial sobre digitalización regresa a Madrid (Ifema, Pabellón 7) los próximos 22, 23 y 24 de mayo con el objetivo de convertir a la ciudad española en la capital mundial de la transformación digital.

Además, se puede asistir al Masterminds Congress, un programa con las conferencias más inspiradoras y disruptivas sobre liderazgo, digital business,

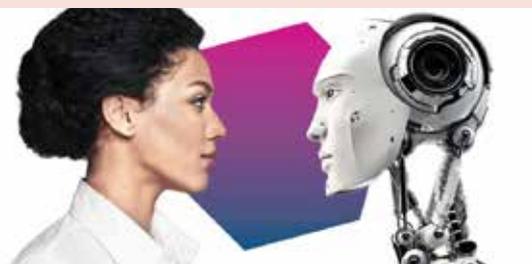
y las tecnologías que están marcando el ritmo de la transformación empresarial hacia la economía digital de la mano de más

de 450 speakers internacionales.

Descubre de la mano de más de 200 empresas líderes los productos y so-

luciones tecnológicas más innovadoras para ayudar a empresas e instituciones a sumarse a la economía digital. ◆

FACING THE DIGITAL
AVALANCHE
Meet with +18,000 C-level Executives



VOLVO TRUCKS APUESTA FUERTEMENTE POR EL GAS NATURAL LICUADO

SUS NUEVOS CAMIONES DE GAS LICUADO O BIOGÁS REDUCEN LAS EMISIONES DE CO2 ENTRE UN 20 Y UN 100 POR CIEN.

Volvo Trucks es una de las firmas que más apuesta por la sostenibilidad en el transporte por carretera y pone a disposición de sus clientes camiones de gas Euro 6 que ofrecen un ahorro de combustible y un rendimiento equivalentes a los de los camiones diésel, pero con un impacto medioambiental mucho menor.

De esta manera, los nuevos camiones: el Volvo FH GNL y el Volvo FM GNL, pueden funcionar tanto con biogás, que reduce las emisiones de CO2 hasta un 100%, como con gas natural, que reduce las emisiones de CO2 en un 20% en comparación con el diésel.

Menos consumo. Asimismo, si se compara con los camiones que funcionan con gas actualmente disponibles en el mercado, los nuevos vehículos de Volvo Trucks consumen entre un 15 y un 25% menos combustible. En este sentido, para proporcionar a los camiones la máxima autonomía operativa posible, estos funcionan con gas natural licuado (GNL).

En opinión de Mats Franzén, jefe de Producto de Motores de Volvo Trucks, "nuestros nuevos camiones de gas natural licuado o biogás producen un impacto medioambiental mucho menor que los camiones diésel. Esto convierte al gas en una opción más viable como sustitutivo del diésel incluso para las operaciones de transporte pesado de largo recorrido". Tal y como destaca, un transportista que recorra una distancia anual de 120.000 km con

vehículos de transporte de gran tonelaje y elija gas natural licuado en lugar de diésel podrá reducir sus emisiones de CO2 en una proporción de 18 a 20 toneladas al año.

Principal alternativa. Si se tiene en cuenta que solo el año pasado se registraron en la Unión Europea más de 264.000 camiones pesados, existe un inmenso potencial de reducir considerablemente las emisiones de los vehículos comerciales de gran tonelaje a nivel mundial. De hecho, existe una gran disponibilidad de gas natural y en muchos países se ofrece a un precio

muy competitivo, como es el caso de España. Además, hay que tener en cuenta que la infraestructura de GNL se está expandiendo actualmente por toda Europa de acuerdo con los paquetes de medidas de la Comisión Europea y los estados miembro para garantizar un suministro energético a largo plazo en Europa.

Por su parte, el director de Medio Ambiente de Volvo Trucks, Lars Mårtensson, pone de relieve que el GNL es "la principal alternativa a largo plazo al diésel, tanto para las operaciones de transporte regional como de largo recorrido, en las que el ahorro de combus-

tible, la carga útil y la productividad resultan esenciales". Va más allá y añade que "con el uso del biogás en mayor proporción, el impacto medioambiental puede reducirse mucho más. Para las operaciones de transporte en entornos urbanos, donde la autonomía operativa no importa tanto, los vehículos eléctricos tendrán una mayor importancia en el futuro". La intención de Volvo Trucks es que sus vehículos "finalmente generen cero emisiones, aunque este objetivo no podremos alcanzarlo con una única solución, sino con varias soluciones en paralelo. El gas natural licuado es una de ellas".

Características de los nuevos camiones. En cuanto a los dos modelos de Volvo, el FH GNL y el FM GNL, ambos cuentan con la homologación y certificación de vehículos completos conforme a la norma europea ECE R110.

Además hay versiones disponibles: tractoras (4x2, 6x2, 6x4) y vehículos rígidos (4x2, 6x2, 6x4) para operaciones de transporte regionales y de largo recorrido. La caja de cambios es la Volvo I-Shift y los depósitos de combustible están disponibles con 115 kg (275 l), 155 kg (375 l) o 205 kg (495 l) de GNL para una autonomía operativa de hasta 1.000 km. También cuentan con un pequeño depósito de diésel.

La motorización es otro aspecto importante en estos camiones ya que ambos modelos presentan un motor Volvo G13C Euro 6, con tecnología common rail de 13 litros y 6 cilindros, boquillas de inyectores para gas y diésel. Además está disponible con 420 CV/2.100 Nm y 460 CV/2.300 Nm.

Por otro lado, ambos vehículos cuentan con un tratamiento posterior de los gases de escape: SCR y filtro de partículas. ♦



◆ RIEGO |

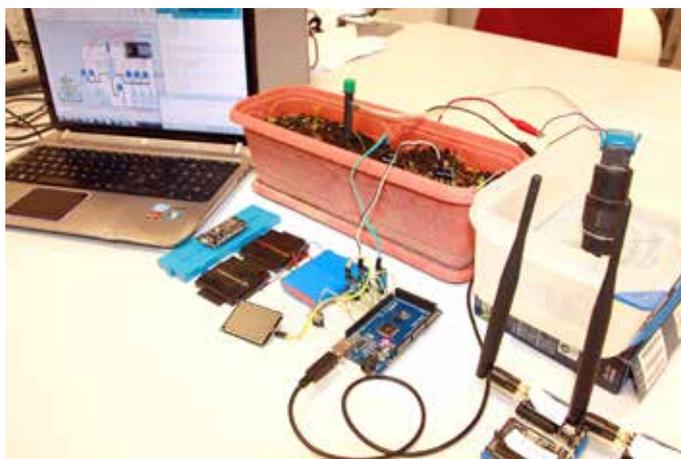
DESARROLLAN UN SISTEMA INTELIGENTE DE BAJO COSTE PARA LOS CULTIVOS

IDEADO POR INVESTIGADORES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA Y LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA, RECOPILA PARÁMETROS DEL ENTORNO Y LA TIERRA MEDIANTE UN CONJUNTO DE SENSORES DISTRIBUIDOS EN DIFERENTES PUNTOS DEL CAMPO.

Investigadores de la Universidad de Granada (UGR) y la Universitat Politècnica de València (UPV) están trabajando en la puesta a punto de un nuevo sistema inteligente de bajo coste para el riego eficiente de cultivos y huertos.

El sistema, que se enmarca en el ámbito de la agricultura de precisión, permite recopilar parámetros del entorno y la tierra mediante un conjunto de sensores distribuidos en diferentes puntos del campo.

Según explica Sandra Sendra, investigadora de la UGR, usando este tipo de tecnología además de reducir los costes de producción, es posible saber con precisión qué tipo de riego requiere la zona, si es necesario aplicar fertilizantes y qué técnica de cultivo es la



más recomendable. “Además, se ha demostrado que los sensores que hemos desarrollado proporcionan una mayor precisión y seguridad de datos, en comparación con los sistemas actuales”, añade Sendra.

Por su parte, Jaime Lloret, profesor de la UPV, desta-

ca que con este sistema se puede reducir el impacto medioambiental, aumentar la calidad de los productos de calidad y ahorrar recursos. “Ayuda a adaptar, de manera inteligente, las rutinas de riego a las necesidades del área y la especie plantada, a partir de los pa-

rámetros recogidos”.

La colaboración entre la UPV y la UGR ha sido impulsada por la Obra Social “la Caixa” y la Fundación Triptolemos, a través de su programa de movilidad de doctores. Este programa ha hecho posible que la investigadora Sendra, doctora por la Universitat Politècnica de València y profesora e investigadora en la UGR, esté realizando actualmente una estancia en el Campus de Gandia para materializar este trabajo. En definitiva, ayuda a saber con precisión qué tipo de riego requiere la zona, si es necesario aplicar fertilizantes y qué técnica de cultivo es la más recomendable.

Agricultura de precisión. La agricultura de precisión es un término que define la gestión de la producción agrícola sobre la base de la observación, la recogida de datos y la consiguiente actuación, con el fin de mejorar la eficiencia del cultivo, tanto agronómica, como medioambiental o económica. Esta agricultura requiere de tecnologías que proporcionan la información para optimizar el uso de recursos; del mismo modo, permite predecir con mayor seguridad los resultados en los cultivos. ◆

◆ VENTA DE TRACTORES EN EUROPA | 2017 DEJA UN BUEN SABOR DE BOCA

Las ventas de tractores crecieron en 2017 un 12,8 por ciento, hasta las 161.235 unidades, respecto al año anterior en un mercado formado por 30 países de Europa -entre los que se incluye España-, según la patronal europea del sector (CEMA), que no descarta que este negocio “pueda crecer aún más” en 2018.

Esta organización han

explicado que este “alto crecimiento” tiene como principal causa la entrada en vigor en enero de nuevos requisitos técnicos para los tractores, de obligado cumplimiento, lo que ha provocado que se produzca un “pico” de ventas en diciembre de 2017.

Según sus datos, la mayoría de los mercados analizados experimentaron un crecimiento

en la venta de tractores en 2017 que oscilaron entre el 5,7% de España y el 22,9 % de Dinamarca; en contraste, el negocio en Francia bajó un 2,2 %.

Hace un año, CEMA cifró en un 6,7% el recorte de la venta de tractores en Europa respecto a 2015, con Alemania (-10,8%) y Francia (-6%) a la cabeza en el descenso. ◆





◆ GRUPO FERTRANS | ADQUIERE 10 RENAULT TRUCKS PARA SU CENTRO DE BARCELONA

FERTRANS, ESPECIALIZADA EN CARGAS COMPLETAS, CON CENTROS LOGÍSTICOS EN DIVERSOS PAÍSES EUROPEOS, HA ADQUIRIDO 85 VEHÍCULOS RENAULT TRUCKS T480, PARA REFORZAR LA FLOTA DE LOS PAÍSES EN LOS QUE OPERA.

Un total de diez de esas unidades están dirigidas a su centro logístico de España, situado en Barcelona. Los camiones de la Gama T recién entregados van equipados con los packs Comfort Drive y Fuel Eco, lo que confiere a estas unidades el máximo grado de confort para sus conductores y la inclusión de todos los elementos dirigidos a la optimización de la herramienta en términos de consumo de combustible.

Fertrans es un importante grupo de transporte internacional, fundado en Italia en 1953. Hoy, 65 años después, cuenta con 300 empleados y una renovada flota europea de 270 tractoras -con una media de dos años de antigüedad- y 380 semi-remolques. El grupo realiza rutas diarias a España, Francia, Rumanía y Bulgaria, países en los que tiene sedes propias.

Ahora, la flota española del centro logístico de Barcelona se verá reforzada con 10 de estas nuevas unidades,

que se han entregado en el Truck Center de Barcelona, punto donde realizarán su servicio y seguimiento. Miguel Gallardo, Director de Fertrans España, celebra el aumento de la flota española debido a la gran demanda del mercado para sus servicios en Nacional e Internacional. ◆



◆ HERVIAN | INCORPORA A SU FLOTA CINCO NUEVAS TRACTORAS VOLVO

LA FIRMA MURCIANA DEDICADA AL TRANSPORTE INTERNACIONAL Y ESPECIALISTA EN LOGÍSTICA DE PERECEDEROS, ADQUIERE CINCO NUEVAS CABEZAS TRACTORAS VOLVO FH13 42T DE 500 CV.

Hervian para cumplir con su premisa de contar con las mejores herramientas de trabajo. Y también es un compromiso de Hervian, empresa murciana de más de treinta años de experiencia, para aumentar su seguridad en el transporte de mercancía de todo tipo y en especial de perecederos como alimentación o medicamentos.

Con este objetivo llegan los nuevos Volvo Trucks: dar el mejor servicio. Y es que Hervian siempre ha apostado por ser una empresa innovadora que está a la vanguardia de las novedades del sector y estos camiones Volvo Trucks cumplen sus exigencias y necesidades.

No solo en vehículos, sino también en equipamiento, tecnología, eficiencia y medio ambiente. Al igual que Volvo Trucks, uno de los principales valores de Hervian es el cuidado del medio ambiente, y estos nuevos vehículos van a suponer una reducción de las emisiones de CO2 que suele realizar un camión de esta índole. El buen resultado en términos de rendimiento, seguridad y calidad de los camiones Volvo adquiridos anteriormente por la empresa, unido a la buena relación con su concesionario Provehima, han hecho que Hervian vuelva a confiar en Volvo para ampliar su flota.

Equipamiento.

El mejor servicio requiere de las mejores herramientas. Estas cabezas Volvo Trucks FH13 de 42 toneladas y con motor Euro 6 de 500 CV de potencia están equipadas con la última tecnología, como el I-Shift Dual Clutch (caja de cambios de doble embrague) de Volvo. ◆

MARRUECO

BIENVENIDO A LOS BENEFICIOS DEL VETO

EL VETO RUSO HA TRAÍDO EXPECTATIVAS PARA LOS PUERTOS DE MARRUECOS. AGADIR SE PLANTEA INVERTIR EN UNA TERMINAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS PARA MEJORAR SUS SERVICIOS A LOS MAYORISTAS E IMPORTADORES RUSOS. FRANCIA Y ESPAÑA MANTIENEN SU 'STATUS' CON MARRUECOS. REINO UNIDO, NO.

Por Rafael Losilla
rlosilla@fyh.es

El veto aplicado por Rusia a los productos hortofrutícolas de la Unión Europea ha supuesto una 'cascada' de ventajas y de proyectos para la industria hortofrutícola de Marruecos.

Rusia no sólo ha pasado a ser un cliente de volumen y fuerza entre los exportadores del país africano, sino que se ha abierto una serie de proyectos e inversiones en infraestructuras para mejorar las operaciones de exportación con el mercado ruso.

Rusia suma. Rusia ha pasado a ser el segundo destino más importante para el tomate de Marruecos, desbancando a Reino Unido y España. Hoy Marruecos exporta más de 110.000 toneladas frente a las 49.000 toneladas de antes del veto.

Lo mismo ocurre con los cítricos, donde Rusia ha consolidado su peso entre los operadores de Marruecos. Francia aparece como el mercado más importante para las partidas hortofrutícolas de Marruecos, pero

"Rusia ha provocado que nuestro interés se haya desplazado a la Europa Oriental, y ahora el objetivo es trabajar y buscar soluciones para llegar bien a Rusia", señala Taquie-Dine Cherradi El Fadili, director general de Matysa.

La entrada de Rusia ha provocado que los exportadores de Marruecos reduzcan sus miradas al Reino Unido. El Brexit supone problemas en la devaluación de la moneda y una reducción de los ingresos.

Agadir-Saint Petersburgo.

Ahora las miradas de los exportadores de Marruecos no se dirigen tanto a los problemas de aduanas en el Puerto de Algeciras, sino a la agilidad de realizar el trayecto Agadir-Saint Petersburgo.

Actualmente la firma CMA ofrece una solución rápida en un periodo de ocho días con condiciones climatológicas normales. La clave es que este servicio no tiene escalas y es el más idóneo para las frutas y hortalizas de Marruecos.

AGADIR SE PIENSA UNA TERMINAL PARA FRUTAS Y HORTALIZAS

Tal es la expectativa y las posibilidades del veto ruso, que la política de Marruecos en materia de inversión en infraestructura portuaria ha cambiado radicalmente.

Antes del veto, Marruecos se negaba a invertir en una terminal 'frigo' para las frutas y hortalizas por la durabilidad de cuatro meses de la campaña. Se consideraba un gasto excesivo para unas ventajas limitadas. Entonces no existía Rusia ni sus posibilidades. Con Rusia en juego, se

trabaja en una terminal para frutas y hortalizas en Agadir.

Aunque la primera fase del estudio fue aprobada hace un año, según el diario LesEco, la siguiente fase de ejecución se encuentra paralizada. Agadir es el puerto más utilizado por las empresas de Marruecos para las operaciones con el Norte de Europa y con Reino Unido, debido a la cercanía con la gran zona de producción hortícola de Marruecos.



OS

El veto ruso sólo está beneficiando a las partidas de tomates y cítricos, mientras el resto de referencias no encuentran desarrollo en el mercado ruso.

Francia y España. Pero además de la vida con Rusia, Marruecos mantiene sus lazos comerciales con Francia y España. Francia es el primer destino internacional para las frutas y hortalizas de Marruecos con el camión como principal aliado.

El grueso de las exportaciones de Marruecos se dirigen al mercado de Saint Charles y una parte importante pasan por el Puerto >>

El Puerto de Almería busca espacio en Marruecos

El Puerto de Almería participó en el VII encuentro empresarial Hispano-Marroquí del Sector Marítimo, Transporte y Logística, organizado por la Cámara Oficial de Comercio de España en Tánger.

Allí se dieron cita Autoridades Portuarias de España y Marruecos, Navieras, Operadores, Consignatarios. El encuentro tuvo una primera parte de presentaciones institucionales y empresariales. La presidenta de la Autoridad Portuaria de Almería, Mari Carmen Ortiz, tuvo la oportunidad de mantener encuentros bilaterales con empresas como Acciona, Balearia, Suardiaz, Grimaldi, GNV, FRS, SJL Maghreb, Intercona, Detroit World Logistic y otras empresas logísticas de interés potencial para el Puerto de Almería.

Necesidades. "Conocer los tráfico actuales y el gran potencial para los puertos vecinos de Marruecos es una necesidad para el Puerto de Almería", señalan desde la Autoridad Portuaria. La posición geoestratégica del Puerto de Almería le hace mirar hacia el Norte de África y en especial a Marruecos como un país de oportunidades de negocio. El tráfico de pasajeros con Nador creció un 31 por ciento en 2017.



Mari Carmen Ortiz, presidenta de la Autoridad Portuaria, en las VII Jornadas Logísticas Hispano-Marroquí.

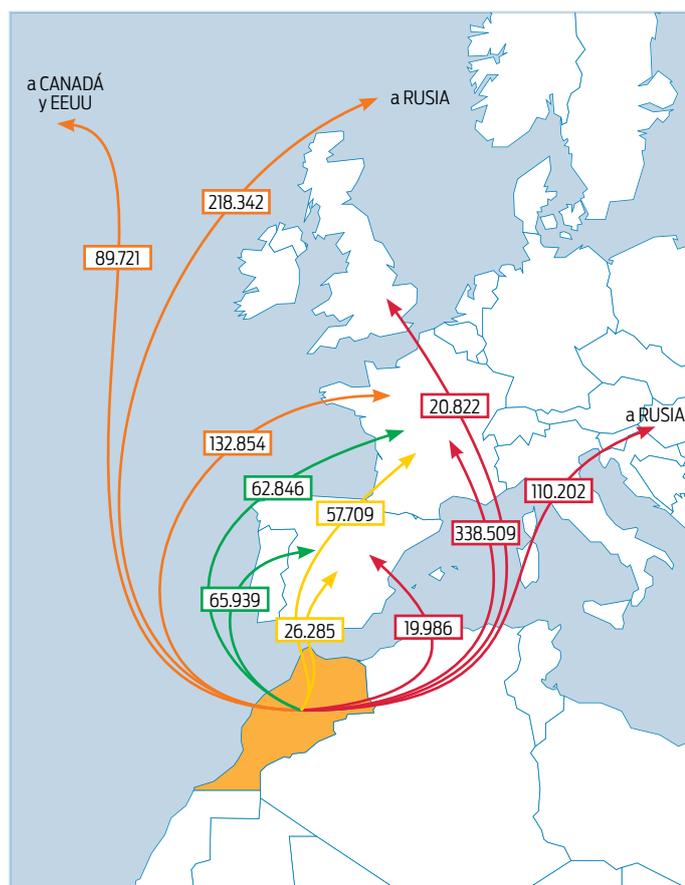
El tráfico de mercancía en camiones también creció un 23 por ciento. El notable desarrollo industrial y logístico en la zona de Tanger y el previsible desarrollo de la zona oriental del Norte de Marruecos, con la construcción del nuevo Puerto Nador-West-Med, "nos obliga a estrechar lazos institucionales y empresariales y también a promover el incremento de los servicios marítimos que faciliten esos intercambios comerciales", señala la presidenta Ortiz. La presidenta de la Autoridad Portuaria también aprovechó la ocasión para visitar los Puertos de Algeciras y de Tanger-Med donde mantuvo reuniones con los responsables y visitó las instalaciones.

SPICAL + SPIDEX, el equipo invencible contra la ARAÑA ROJA

Altamente eficaces, seguros y sin residuos

- **SPICAL** (*Neoseiulus californicus*)
El único enemigo natural que protege tu cultivo de forma permanente.
- **SPIDEX** (*Phytoseiulus persimilis*)
El refuerzo natural de SPICAL para casos puntuales.





EXPORTACIONES DE MARRUECOS

En toneladas.

- Tomate
- Cítricos
- Hortalizas
- Melón + Sandía

>> de Port-Vendres. Este puerto gestiona 270.000 toneladas de frutas y hortalizas, y no sólo de origen marroquí, sino de las islas Guadalupe y Martinica. Aunque Francia es el destino más importante para las partidas de Marruecos, en algunos productos el mercado español es la referencia: pimientos, judías, fresas, pepinos, berries y tropicales.

Motivos. La apuesta de los exportadores marroquíes por los importadores españoles se debe a que "Marruecos se siente más cómodo en las operativas con España que con Francia en productos muy delicados, ya que la logística española conoce las dificultades de algunos productos y su gestión es diferente y las reclamaciones son menores", apunta un importador español que opera habitualmente con Marruecos. ♦

Marruecos se queda en el pelotón con la fruta

LA FRUTA DE HUESO Y LA GAMA DE BERRIES NO ELEVARÁN SU PRESENCIA EN MARRUECOS. LAS DIFICULTADES LOGÍSTICAS DE TRABAJAR FRUTA TAN SENSIBLE Y LA FALTA DE AGUA FRENAN LAS INICIATIVAS DE ESTAS CATEGORÍAS.

Las inversiones de las empresas de Marruecos en hueso, berries y pepita permanecerán estancadas. Las inversiones en hueso y berries han pasado de una fase alcista con expectativas a mantener la estructura y la superficie.

¿El motivo?. "Un problema de agua que está afectando al Plant Maroc Vert, por el que había muchas expectativas de convertir a Marruecos en una potencia productiva no sólo para proveer a Europa, sino como granero de África", señala Mohamed Laroussi, presidente de la Cámara de Comercio de Marruecos en Holanda. Esta falta de agua afecta a los cultivos de nueva generación y a los frutales que mayor cantidad de agua necesitan: los frutales de hueso y las fresas.

Estrategia. Marruecos ofrece en ambos frutos plantaciones extratempranas con las que consigue abrir el comercio en el mercado UE. En el segmento de fresas Marruecos empieza en Diciembre, mientras que en fruta de hueso comienza en abril con la oferta andaluza.

En ambos casos, el transporte terrestre es el más utilizado por celeridad para llegar a los dos destinos de referencia: Francia y España.

España es el destino más importante para toda la familia de berries de Marruecos -fresas, frutas del bosque, morillas, ...- al sumar más de 9.000 toneladas de fresas y 18.000 toneladas de frutas del bosque.

La estrategia de Marruecos en este campo es "incrementar la superficie de frambuesas y arándanos y relajar la tendencia de la fresa, ya que es un cultivo que requiere una mejor capacidad logística para abordar los mercados del Norte de Europa", apunta Laroussi.

La dinámica del hueso en Marruecos se ha frenado. El condicionante del agua de calidad y la irregularidad de respuesta de los mercados ha condicionado la confianza de los empresarios de Marruecos.

Benzit. La mayor productora de hueso de Marruecos -Benzit- ha diversificado sus plantaciones y ha incorporado un nuevo proyecto en Marrakech para mantener sus niveles de oferta.

La finca de Taroudant -cerca de Agadir- se verá complementada con la nuevas instalaciones de Marrakech para que Benzit pueda mantener su programa en los meses de abril y mayo, donde operan fundamentalmente con Francia, Reino Unido e Italia.

EMPRESAS MARROQUÍES PRODUCTORAS DE FRESAS Y FRUTAS DEL BOSQUE (2017)

African Blue	Arándanos
Agrogailles	Fresas y Arándanos
Arbagri	Fresas
Atagri	Fresas
Atlantic Blue Berries Maroc	Arándanos y moras negras
Cooperative Iberry	Fresas, Moras y Arándanos
Cooperative Lukus	Fresas
Delikemar	Fresas
Dirafrost Maroc	Fresas
Driscoll's	Fresas, Moras y Arándanos
Felgar	Fresas
Frigodar	Fresas
Janat El Maghreb	Fresas
Fresouer	Fresa orgánica
Fruits Congel du Nord	Fresas
Palmafrut	Fresas, Moras y Arándanos
Laragel Sarl	Moras y grosellas rojas
Natberry Maroc Sarl	Fresas, Moras y Arándanos
Messem	Fresas
Raimy Societe Agricole	Fresas, Moras y Arándanos
Roy Agri Maroc	Moras y arándanos
Sol del Sur	Fresas

◆ PUERTO DE BARCELONA | FOMENTA LA SOSTENIBILIDAD EN LOS PUERTOS

El Puerto de Barcelona es uno de los promotores del World Ports Sustainability Program (WPSP), un proyecto que tiene el objetivo de fomentar la sostenibilidad en los puertos y en el conjunto de las cadenas logísticas.

El WPSP quiere agrupar, coordinar e impulsar las diferentes iniciativas en sostenibilidad que se están desarrollando en puertos de todo el mundo, ayudándoles a dar respuesta a las necesidades de las comunidades a las que dan servicio y, a la vez, a los desafíos globales como el cambio climático, la movilidad, la digitalización, la migración y la integración social.

El proyecto, que ha sido presentado en una conferencia en el Puerto de Amberes (Bélgica), es una iniciativa de la Asociación Internacional de Puertos (IAPH, por sus siglas en inglés), y da continuidad a la World Ports Climate Declaration, firmada por 55 de los principales puertos del mundo hace diez años. El WPSP se desarrolla en cinco grandes áreas: infraestructura resiliente, clima y energía, relaciones entre puerto y ciudad, protección y seguridad, y gobernanza y ética.

El Puerto de Barcelona es uno de los impulsores del WPSP y participa con tres proyectos propios: el estudio de impacto de la actividad crucerista en Barcelona; el plan de mejora de la calidad del aire, y el Port Links, la herramienta web para construir y com-

prar online cadenas de transporte para importar o exportar un contenedor entre cualquier puerto del mundo y una localización europea a través de Barcelona. ◆










50 YEARS OF EXCELLENCE & QUALITY



CITRUS



FRUITS



RED FRUITS



VEGETABLES

Follow us on



www.sofruce.com



SOFRUCE SAS IMPORT / EXPORT - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS - GRAND ST CHARLES
 135, avenue Georges Caustier - CS 22031 - 66011 Perpignan - FRANCE
 ☎ +33 (0)4 68 85 29 85 - 📠 +33 (0)4 68 85 23 09 - ✉ sofruce@sofruce.com

ermaluc

EXTENDA PONE DE EJEMPLO DE ÉXITO A BERNARDINO ABAD

ASEGURAN QUE ESTA EMPRESA HA TENIDO MUCHO QUE VER EN EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES ANDALUZAS QUE HAN SUPERADO LOS 30.000 MILLONES DE EUROS.

Andalucía ha registrado en los últimos meses un récord de exportaciones, llegando a superar los 30.000 millones de euros en 2017. Empresas de éxito como Bernardino Abad son fundamentales para conseguir estos guarismos. Esta empresa que lleva más de un siglo dedicándose a la gestión integral de aduanas, transporte logístico, almacenaje y control de mercancías peligrosas ofrecer una serie de ventajas a sus clientes como el despacho centralizado a nivel nacional, tanto en importación como en exportación con, sólo, un interlocutor para todos los embarques. Esta empresa andaluza comenzó su andadura en

Cádiz capital, si bien Algeciras es hoy su sede más importante, ya que "es uno de los principales puertos europeos y es clave estar posicionados en este punto", explica Javier Copano, director general de Bernardino Abad. No en vano, en el último año, las dos terminales de Algeciras movilizaron más de 100 millones de toneladas de productos. El tráfico internacional de mercancías supone más del 60% de la facturación de Bernardino Abad. La compañía gaditana cuenta con delegaciones en Tánger y México, que se suman a las que tiene dentro del territorio nacional en Huelva, Sevilla, Málaga, Motril, Ma-



Javier Copano, director general de Bernardino Abad.

drid, Valencia, Las Palmas y Tenerife, además de las ya citadas de Cádiz y Algeciras.

Presencia en ferias. Las ferias internacionales forman parte fundamental de la estrategia de la empresa gaditana para abordar los mercados exteriores. En este sentido, el director general de Bernardino Abad destaca el papel que Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior juega en el asesoramiento y acompañamiento internacional.

"Nosotros colaboramos, intentamos ir de la mano y nos apoyamos en Extenda para facilitar esos conocimientos a nuestros clientes importadores o exportado-

res", apunta Copano, que se marca como principal objetivo para el futuro seguir incrementando la actividad de Bernardino Abad en todo mundo, apostando por nuevas delegaciones internacionales y nacionales.

Obtención OEA. Tras la autorización recibida como Operador Económico Autorizado (OEA), la empresa de logística y transporte del Grupo, está considerada como operador de confianza de la Agencia Tributaria a nivel europeo y de los acuerdos acogidos de la Unión Europea con otros países como los Estados Unidos o Japón. ♦

◆ SCHMITZ CARGOBULL | ANDREAS KLEIN, MIEMBRO DE LA JUNTA DIRECTIVA DE SCHMITZ CARGOBULL, DEJA LA COMPAÑÍA

El director de Operaciones de Schmitz Cargobull, Andreas Klein, deja la empresa tras más de tres años en la misma. Klein, que se incorporó en enero de 2015, rescindió de mutuo acuerdo su contrato este mes de marzo.

De hecho, tras varias conversaciones, el Consejo de Supervisión y la Junta Directiva acordaron que existían diferencias en la implementación de los objetivos estratégicos y

operativos de la red de producción. "Queremos agradecerle a Andreas Klein su dedicación y esfuerzo especialmente en la introducción de la gestión de la línea de productos, la gestión de las fábricas y su clara orientación en el desarrollo de procesos sostenibles y de éxito," sostiene el presidente del Consejo de Supervisión, Jürgen Klein.

En su cargo dentro del Grupo ZF Lemförder, Klein

dirigió el departamento encargado de los sistemas de ejes para vehículos en la división de Asia-Pacífico. Como parte de la estrategia de la compañía de Schmitz Cargobull AG 2025, el foco de su trabajo ha sido la expansión de la red de producción en plantas de producción múltiples descentralizadas. Para permitir el ensamblaje de los diferentes tipos de vehículos en una "Multi-Production Plant" (MPP),



todos los requisitos técnicos deben implementarse previamente y la estandarización de los productos y procesos es necesaria. De esta forma, Andreas Klein ha establecido un hito en este campo en los últimos años. ♦



JCARRION
www.jcarrion.es





Interior de la plataforma Lidl en Alcalá de Henares (Madrid).

◆ LA PLATAFORMA DE LIDL EN ALCALÁ DE HENARES, PREMIADA CON EL ACI

La plataforma logística de Lidl en Alcalá de Henares (Madrid) ha sido premiada por la Asociación de Consultoras Inmobiliarias (ACI) en la categoría de 'Contribución Social' por sus elevados estándares de sostenibilidad. La plataforma fue construida en 2016 con una inversión superior a los 70 millones de euros y desde Lidl se apunta que es "la más avanzada tecnológicamente de todo el Continente".

Sostenibilidad. La plataforma dispone de 60.000 metros cuadrados de superficie de almacenamiento y dará empleo a 275 personas. Diseñada y construida bajo los criterios de sostenibilidad medioambiental más exigentes, la plataforma de Lidl reúne numerosas medidas dirigidas a minimizar el impacto medioambiental, destacando el uso de gases refrigerantes de última generación, con alto poder refrigerante y bajo consumo energético, que permiten acondicionar la temperatura de las distintas cámaras de frío. Han utilizado materiales de construcción con mayor capacidad de aislamiento para un uso más eficiente de la energía en términos de climatización o la instalación de sistemas de autorregulación que aseguran condiciones óptimas de temperatura y humedad en todo momento.

Con la plataforma de Alcalá de Henares, Lidl cuenta con 10 plataformas en toda España con el objetivo de gestionar de la mejor manera posible la gama de frescos.

Lenta abre la primera plataforma exclusiva para hortícolas

LA CADENA RUSA LENTA MEJORARÁ EL TRATO DE LA SECCIÓN FRUTERÍA CON LA APERTURA DE UNA PLATAFORMA LOGÍSTICA SÓLO PARA HORTALIZAS DE INVIERNO CON CAPACIDAD PARA 16.000 TONELADAS.

◆ Por Rafael Losilla
rlosilla@fyh.es

La cadena Lenta es el primer grupo ruso que ha abierto una plataforma exclusiva para la gama de hortalizas. Lo ha hecho en la región de Ryazan primordialmente para estocar las hortalizas de invierno y con una planta de procesado para las hortalizas de temporada que se producen en Rusia: patatas, coles, zanahorias y cebollas.

La plataforma hortícola tiene capacidad para introducir de una sola vez 8.000 toneladas de patatas y 7.500 toneladas del resto de hortalizas.

Esta plataforma cuenta con 16 cámaras divididas en 12 cámaras frigoríficas y cuatro de procesado refrigeradas.

Motivos. El motivo de esta apuesta es doble. Primer motivo: Mejorar la gestión de los productos frescos y elevar la eficiencia del sistema. Segundo motivo: Necesidad de sumar stock en hortícolas ante el nuevo escenario político, ya que la disponibilidad no siempre es la mejor.

La mejora de la gestión de los frescos es fundamental para la cadena, ya que "tenemos que ser capaces de mejorar la calidad de los productos frescos en nuestra cadena para elevar nuestra cuota de mercado", señalan desde la cadena Lenta.

Además, la cadena quiere mejorar sus costes logísticos en los meses de invierno donde "exis-



ten más dificultades de disponibilidad y logística para trabajar con los productos frescos", añade Anton Karpov, responsable de prensa de la cadena.

El 'depot' se encuentra sobre una superficie de 10 hectáreas, ampliable a seis hectáreas más. Y es que "pretendemos reducir nuestra dependencia de operadores externos y mayoristas, que no siempre miran los intereses de la distribución. La nueva plataforma está ubicada en una región estratégica que nos permitirá incrementar la eficiencia logística, ya que estamos cerca de una de las plataformas centrales", apunta Jan Dunning, CEO de Lenta. ◆

La eficiencia logística permite a los clientes de Ocado tirar menos fruta a la basura

La cadena de supermercados británica Ocado ha logrado mejorando la gestión logística y el uso de cámaras frigoríficas adecuadas que sus usuarios puedan disponer de dos días más con la fruta en su frigorífico sin necesidad de tirarlas.

Para lograr este paso, la cadena ha mejorado el tránsito de sus camiones y lo más importante ha establecido una línea de trabajo con sus proveedores frutícolas para que le trasladen la fruta en condiciones adecuadas de humedad, frío y vida postcosecha. Esto tiene un precio que Ocado está pagando a los productores y ha permitido que sus usuarios se incrementen un 12 por ciento durante el ejercicio 2017 y hoy sea el primer supermercado online del Reino Unido.

Las acciones. La cadena online se puso como primer objetivo quitarse la imagen de las dificultades logísticas que supone trabajar con un supermercado online y estableció la línea de trabajar reduciendo el desperdicio de alimentos.

Ocado invirtió en temperaturas controladas, software de pronóstico y mejora en los embalajes. "Los productos frescos como carne y fruta tienen una vida útil muy corta y requieren de unas condiciones muy medidas para poder prometerles a los clientes dos días más de vida útil en el frigorífico de su casa", señala Danny Kelly, gerente de operaciones de la cadena Ocado.

La cadena ya anunció que su desperdicio alimenticio fue del 0,2 por ciento, el menor de todos los operadores en el Reino Uni-

do. De hecho, este desperdicio alimenticio fue menor porque la cadena tiene un sistema de redistribución de alimentos a organismos no gubernamentales cuando los productos frescos se encuentran cerca de cumplir la fecha de caducidad. ♦

♦ X5 RETAIL | EL MONSTRUO RUSO DEVORA O'KEY Y SUMA 12.000 TIENDAS

El grupo X5 Retail ya cuenta con las mismas tiendas que Lidl, aunque en diferentes enseñas y sin salir del mercado ruso. La firma ya ha superado las 12.000 tiendas tras adquirir las tiendas del grupo O'Key.

O'Key era un pequeño grupo con 32 puntos de venta, de los que cinco estaban cerca de Moscú y el grueso en la región de Saint Petersburg.

El objetivo de X5 de comprar las tiendas O'Key parte de un principio logístico, ya que va a conseguir abaratar los costes de sus tiendas en Saint Petersburg con esta adquisición y acelerar los planes de desarrollar el modelo 'discount' en Rusia, antes de que entre otro operador con más experiencia.

INTERNATIONAL LOGISTICS SERVICES

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

Presente y futuro del gas licuado

EL GAS LICUADO SE PRESENTA COMO UNA ALTERNATIVA MUY VÁLIDA FRENTE AL COMBUSTIBLE TRADICIONAL (PETRÓLEO) PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE CO2 EN EL TRÁNSITO DE MERCANCÍAS POR VÍA TERRESTRE O MARÍTIMA.



Francisco Belmonte
Biosabor

“Todo el modelo que permita reducir las emisiones de CO2 a la atmósfera me parece una buena idea. No obstante, quizás una de las soluciones sería no un único sustituto sino una gestión eficaz del consumo de energía y una combinación de muchas formas de obtención de energía para buscar un equilibrio y una importante disminución del consumo de derivados del petróleo. Las iniciativas pasan por un cambio de la gestión de la energía, a nivel institucional y de los gobiernos, para evitar estos consumos desproporcionados de unos países frente a otros, y el importante impacto ambiental que esto supone, sin olvidar el impacto social que también tienen estas actividades, solamente así se logrará el desarrollo sostenible”.



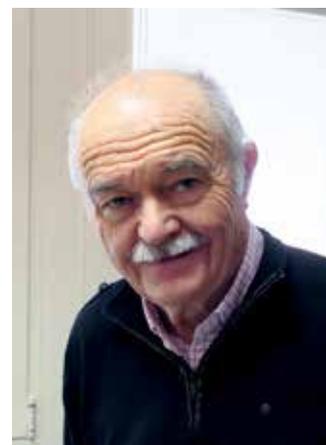
Francisco Montoya
Campojoyma

“Me parece una alternativa muy buena al actual modelo de combustible y siempre que aporte una reducción al problema de los gases contaminantes. La crisis del petróleo de los años 70 nos enseñó la necesidad de encontrar sustitutos que permitan continuar con nuestra forma de vida y con el desarrollo y crecimiento de nuevas actividades. Las problemáticas ambientales actuales también nos reclaman un menor consumo de combustibles fósiles”.



Juan Manuel Céspedes
Transportes Fríojuan

“Me parece que puede ser un combustible que sustituya al diésel en unos años pero de momento, no. Además todo lo que sea hacer un transporte más sostenible me parece bien pero creo si le digo la verdad no veo muchos camiones con estos motores. Además, el GNL tiene el problema de que no en todas las estaciones de servicio se puede repostar y eso supone una desventaja en relación a los combustibles derivados del petróleo. No obstante, todo lo que sea energías no contaminantes pues es bienvenido”.



Guillermo Barranco
Transportes Internacionales Guibama

“Veo que es un combustible que podría ser interesante para el transporte por carretera y que, puede ser mejor, incluso, que el diésel porque contamina menos pero aún hace falta tiempo para que, por lo menos, en España pueda funcionar. Estoy seguro de que el cambio es posible, porque hay grandes marcas de camiones que ya ofrecen estos motores, pero el proceso será lento. No veo muchas estaciones para poder repostar GNL y, como le digo, todo lo que es un cambio lleva su tiempo”.

Auditorías energéticas, un paso más allá

Las auditorías energéticas enmarcadas dentro del plan estratégico europeo para un crecimiento sostenible más allá de 2020 tienen como finalidad la eficiencia en el consumo energético.

El objetivo de la Unión Europea es conseguir en 2020 el aumento de la eficiencia energética en un 20 por ciento. En este objetivo debemos implicarnos todos en aras de la sostenibilidad del planeta.

El sector productivo hortofrutícola, por su importancia en nuestro país no puede, ni debe quedar al margen del compromiso con la sostenibilidad y ahorro energético.

Los auditores energéticos deben poseer formación específica relacionada con la mejora de la eficiencia energética orientada al sector productivo hortofrutícola. Un pilar importante de esta formación pasa por la optimización de los sistemas de riego.

Debemos ampliar el alcance de las actuaciones a la revisión de instalaciones y procesos de los sistemas de riego de las explotaciones agrícolas, con objeto de optimizarlos para conseguir que sean eficientes.

Pasos. Los pasos a seguir serían: profundizar en los conocimientos (instalación - mantenimiento) de los actuales sistemas de riego, establecer

unos ítems de toma de datos específicos con objeto de revisar todos los indicadores (procesos - equipos) de la instalación, realizar medidas de rendimiento y verificación de los puntos de operación de las electrobombas, revisar la curva del sistema para cada sector de riego (medidas de presión-caudal), análisis de los datos obtenidos, establecer propuestas de medidas correctivas y proceder a su valoración.

Las anomalías más frecuentes son: electrobombas no adecuadas para la instalación de riego, puntos de operación de las electrobombas no eficientes, exceso de pérdidas dinámicas en las tuberías de distribución, velocidad del agua no controlada, que puede provocar importantes pérdidas por rozamiento en las tuberías si la velocidad es excesiva o sedimentación si esta velocidad es muy baja, sistemas de filtración de partículas no adecuados, falta de mantenimiento preventivo fiable, utilización de la electrobomba principal de la cabecera de riego para la inyección del abonado, etc...

Estas anomalías se traducen en un mayor consumo eléctrico y por tanto en un mayor coste energético.

En definitiva, "no podemos mejorar el precio de nuestros productos, pero sí reducir los costes de producción". ♦



Por Antonio Tortosa

GERENTE/INGENIERO JEFE
ATG INGENIERÍA

Motril - Tánger Med
Algeciras - Tánger Med
Algeciras - Ceuta



Nos gusta
navegar contigo

Granada

España

Motril

Málaga

Algeciras

Gibraltar

Tánger
Med

Ceuta

Marruecos



- Calidad
- Servicio
- Compromiso
- Salidas diarias

Nuevo RoRo en la ruta Motril - Tanger Med

+34 956 629 630
+34 673 479 583

Fernando Santamaría - Cargo Manager
fernando.santamaria@frs.es

FRS.es