



→ Entrevista a **Hicham Nader Director Regional** para el Centro y Sur de España de DHL Global Forwarding

→ Logística News Senegal proyecta las autopistas del mar

→ Distribución Tesco reduce las referencias de la frutería

Nº 20 • ENERO 2019



HUELLA DE CARBONO CARTÓN vs PLÁSTICO





Controlamos temperatura, posición e intrusión en sus envios 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 trasnporte.



Geolocalización

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



22:15PM 170C

+75.454.829

+55-987-TTY

<POSICION>

AFE-EDS-91-







Certificamos Logística





SUMARIO

PANORAMA

Los envases de cartón ondulado emiten menos CO2 que las cajas de plástico reutilizables y son más beneficiosas en la lucha frente al cambio climático, según el estudio realizado por la Universidad Politécnica de Valencia.

ENERO 2019_ ED.20

ENTREVISTA

HICHAM NADER. DIRECTOR **REGIONAL PARA EL CENTRO** Y SUR DE ESPAÑA DE DHL **GLOBAL FORWARDING**

10

INTERMODAL

LOS 10 PRINCIPALES PUERTOS DE EUROPA MOVILIZARON 61,4 MILLONES DE TEUS EN 2017

ORIGEN-DESTINO

CONTINENTE Y COVIRAN PRETENDEN ELEVAR SU RED **DE TIENDAS EN PORTUGAL**

PICKING

CESURCA DESARROLLA NUEVAS SOLUCIONES PARA EL ESPÁRRAGO VERDE

28

INDUSTRIA AUXILIAR

MARRUECOS Y MÉXICO SON CLAVES PARA LA INDUSTRIA **AUXILIAR ALMERIENSE**

36

LOGISTICA NEWS

RENAULT TRUCKS CONSTRUIRÁ UN NUEVO CENTRO SOSTENIBLE DE I+D **EN LYON**



SECCIONES

5. LA IMAGEN

6. PANORAMA

8. ENTREVISTA

10. INTERMODAL

18. ORIGEN -DESTINO

20. PICKING

23. VENTAS

24. TIC

26. INDUSTRIA AUXILIAR

34. RED

36. LOGISTICA NFWS

44. DISTRIBUCIÓN

46. EXPORT TO



Imágen: Francisco Bonilla Director: Rafael I. Losilla (rlosilla@fyh.es). Jefe Desarrollo de contenidos y Publicidad: Manuel Flores (mflores@fyh.es). Redacción: Daniel Lafuente (revista@fyh.es), Juan Arias (jarias@fyh.es). Fotografía: Francisco Bonilla (franciscobonilla@franciscobonilla.com). Administración: Trinibel Barranco (info@fyh.es). Maquetación: Francisco Valdivia (fran@fyh.es). Imprime: Gráficas Piquer, S.L.



F&H FRUTAS Y HORTALIZAS. C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano. Portal I - 6º D. 04009 Almería. Telf. +34 950 62 54 77. DEPÓSITO LEGAL: AI - 2383 - 2018. ISSN: 2603-9451.

F6H 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.

cartón seproyecta como en vase más sostenible

Los envases de cartón ondulado emiten menos CO2 que las cajas de plástico reutilizables y son más beneficiosas en la lucha frente al cambio climático, según el estudio realizado por la Universidad Politécnica de Valencia.



POR · DANIEL LAFUENTE

l Instituto para la Producción Sostenible (IPS), ha encargado a la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) el 'Estudio de Huella de Carbono de envases empleados para el transporte internacional refrigerado por carretera frutas y hortalizas', que supone un trabajo comparativo de la huella de carbono de los dos envases más utilizados en la exportación de frutas y hortalizas.

Es decir, las cajas de cartón ondulado de un solo uso y las cajas de plástico reutilizables a los principales países europeos, un sector clave en el que, España es un referente en el ámbito europeo.

El estudio hace una comparación entre la huella de carbono de las cajas de cartón ondulado y el plástico para determinar su mayor o menor sostenibilidad, teniendo en cuenta su fabricación, todos los subprocesos asociados al transporte, y demás etapas de su ciclo de vida; la medida y el cálculo de las emisiones de CO2 equivalente en cada una de esas etapas, hasta la medida en que influyen factores como la distancia, o el ligado al tratamiento final del envase y al número de usos, con sus correspondientes análisis de sensibilidad.

RIVALIDAD. Plástico y cartón llevan siendo rivales desde hace mucho tiempo. Que si uno contamina mucho, que si el otro es más barato.

La conciencia por el medio ambiente es cada vez mayor entre los consumidores y este es un punto el cual tienen que tener muy en cuenta las empresas de packaging y transporte. Ya no solo prima usar el material más económico sino ofrecer un valor añadido, en ese caso conciencia por el medio ambiente y uso de materiales sostenibles.

Cuando cuantificamos la sostenibilidad de un envase y su impacto ambiental, el envase de cartón ondulado aparece como claro ganador.

CONCLUSIONES. Entre las conclusiones del trabajo, se expone que la utilización de cajas de cartón en lugar de cajas de plástico en la exportación hortofrutícola supone un ahorro de CO2 en cifras que oscilan entre un mínimo de un 25 por ciento para el caso extremo de 50 rotaciones en el uso de cajas de plástico, y un máximo de ahorro cercano al 50 por ciento en el caso más frecuente de reutilización de la caja de plástico, 20 vecas

El plástico se obtiene a través de una materia no renovable, el petróleo, mientras que el cartón ondulado procede del papel reciclado y de la madera, que destacan por ser elementos biológicos, renovables, reciclables y biodegradables. El plástico tarda mucho tiempo en degradarse, en la mayoría de las ocasiones formando microplásticos que contaminan cada vez más nuestros mares y océanos.

LEGISLACIÓN. Bastaría observar la legislación en España, en la que la Ley de Residuos define desde 2011 como envases sostenibles aquellos "fabricados con materias primas renovables, reciclables y biodegradables", citando expresamente los ejemplos del papel y el cartón ondulado.

En este sentido, la legislación internacional ya ha comenzado a poner límites al uso desenfrenado del plástico en nuestra vida cotidiana. Esto no implica que algunos de estos materiales plásticos no sean necesarios para determinados usos, pero es a la hora de elegir, cuando debemos apelar a la responsabilidad y apostar por materiales alternativos más ecológicos como las cajas de cartón ondulado.



SOSTENIBILIDAD. Los productos y servicios respetuosos con el medio ambiente son cada vez más apreciados por los consumidores y apostar por la sostenibilidad constituye, según ha explicado el Instituto para la Producción Sostenible - IPS, una ventaja competitiva para las empresas.

España es pionera a la hora de promover la sostenibilidad en el mundo empresarial. El nuevo escenario normativo, a partir de la Ley de Residuos de 2011 fomenta la utilización de envases y embalajes fabricados con materias primas renovables, reciclables y biodegradables -unas características de sostenibilidad que se consignan de manera literal en la Ley-. "Los cambios operados en la legislación española sitúan a los productores y a los fabricantes de envases y embalajes ante opciones y oportunidades que van a condicionar el éxito y la aceptación de sus productos", ha advertido José Cabrera, presidente del IPS.

ELECCIÓN DEL ENVASE. Elegir un envase inadecuado no sólo afecta a la estructura de costes. El envase, además de proteger los productos en el trasporte y distribución, puede actuar como elemento de diferenciación de marca y origen. Las cajas de pool de plástico, neutras, uniformes y sin posibilidad de impresión, dificultan la promoción de marca y origen y la transparencia de la información sobre el producto.

Este factor tiene un impacto directo en la rentabilidad y supone una importante pérdida no solo para los productores y comercializadores sino también para la Gran Distribución.



HICHAM NADER

DIRECTOR REGIONAL PARA EL CENTRO Y SUR DE ESPAÑA DE DHL GLOBAL FORWARDING

"Un tercio del total de las exportaciones en fresco por avión corresponde a pimiento"

POR · JUAN ARIAS

El transporte aéreo añade "un argumento de calidad" a las exportaciones de frutas y hortalizas. De hecho, cada vez más producto se envía por avión como alternativa al barco tal y como ocurre con el pepino o la clementina sin hoja.

L.P: Cuál es el producto fresco líder en la exportación aérea?

H.N: "Hoy vivimos un auge de la exportación de la fruta y hortaliza española. Cierto es que hace 30 años ya se exportaban las hortalizas de Almería. En su momento y hasta hace doce años el tomate tenía mucho protagonismo pero con su prohibición por parte de Norteamérica es el pimiento el que se ha quedado como producto estrella. De un total cercano a las 14.000 toneladas de exportación aérea de producto fresco –frutas y hortalizas-, prácticamente la mitad son de Almería y de estos más de la mitad corresponde a pimiento".

L.P: ¿A qué cree usted que se debe ese éxito?

H.N: "El pimiento español tiene muy buena acogida y existe un gran consumo en el mercado norteamericano – Estados Unidos y Canadá- aunque es cierto que los volúmenes en Canadá son mayores porque no hay ninguna restricción de tiempo. A este país se puede exportar desde el momento en el que hay producto mientras que a EE.UU se puede exportar a partir del 1 de diciembre.

L.P: ¿Puede Canadá convertirse en el mercado de exportación por excelencia fuera de la UE?

H.N: "Está en vía de ello. En Canadá son grandes consumidores de estos productos. Hasta hace poco exportábamos dos o tres productos pero ahora se vende prácticamente de todo, en parte, gracias a los acuerdos de libre comercio entre la UE y Canadá. Además, no hay previsiones de que las exportaciones se vayan a ralentizar ya que los importadores canadienses vienen a Europa en busca de más productos. Al llegar nos preguntan a nosotros porque son con los que tienen confianza".

L.P: ¿Hasta qué punto es importante esa confianza mutua?

H.N: "Muy importante. Nuestros clientes que son partners, y amigos, lo valoran muchísimo. En la exportación de estos productos –frutas y hortalizas- es casi tan importante la persona como la marca. Cierto es que tengo una estructura detrás maravillosa y cuando se combina la confianza en la persona con la calidad de los procedimientos el éxito está garantizado".

EXPORTACIÓN

L.P: ¿Le ha llamado la atención el aumento en la exportación de algún producto en concreto?

H.N: "Sí, la chirimoya. Es un producto que resulta muy atractivo y del que cada vez hay más volúmenes pese a que es muy sensible. También los higos y las brevas son muy sensibles a cualquier cambio de temperatura y me llama la atención que se demanden tanto, si bien es cierto que llevarlos a su destino me gusta por el reto que representa. También me sorprende la exportación por aéreo de grandes cantidades de producto que son más de marítimo como el pepino. Si uno piensa en logística pura, vincula el pepino al transporte marítimo pero en avión se hacen grandes cantidades. De hecho, el año pasado hicimos 1,5 millones de kilos".

Otro de los ejemplos es la clementina sin hoja que, a priori, es un producto más de marítimo y, sin embargo, hacemos mucho por avión.

L.P: ¿A qué cree usted que se debe ese cambio del marítimo por el aéreo?

H.N: "Creo que obedece a aspectos como la urgencia comercial y la sensación de frescura si viene por avión. Ahí pasamos de ser un medio de transporte a ser un argumento comercial. Muchos importadores venden el hecho de traer el producto por avión como un valor añadido".

L.P: La piña es un buen ejemplo de ese valor añadido que da el aéreo...

H.N: "Sí, pero, además, con la piña hay un factor añadido ya que esta fruta no alcanza la misma dulzura y los mismos grados brix cuando la tienes que recolectar muchos días antes para ir por barco que, en su momento más idóneo,

"En la exportación de estos productos es casi tan importante la persona como la marca"

para llevarla en avión. La piña por avión es un producto diferente a la piña por barco y se nota en el color, en el sabor y en el precio".

HÁNDICAPS

L.P: ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta la exportación de frutas y hortalizas por aéreo?

H.N: "Hay varios. Aunque soy gran defensor de la carga aérea todavía hay que mejorar mucho el proceso. Es verdad que no todo

depende de nosotros pero es necesario optimizarlo. La preparación de la unidad de carga, desde que se recoge en un punto de origen hasta que llega a la terminal de DHL en el aeropuerto y pasa por el handling de la compañía aérea y por el handling de rampa, es mejorable. Hay inversiones que se tienen que hacer y no sólo por parte de las compañías aéreas sino por

todos los integrantes de la cadena logística. El proceso es: productor, almacén, camión, terminal, forwarder, handling, rampa y avión aunque ya le digo que hay muchos factores que influyen en la exportación de aéreo, entre ellos, el climatológico o el económico".

L.P: Respecto al económico, que es uno de

los más importantes, ¿cómo se le puede explicar al exportador que no hay que ir siempre al más barato"

H.N: "Debemos explicarles que tienen que saber elegir y transmitirles la seguridad necesaria para que ellos confíen en ti. Si estamos acostumbra-

dos a manejar muchos kilos, fíate de nuestra experiencia, fíate de DHL porque no siempre el coste debe ser siempre el driver de las decisiones logísticas. El conocimiento ayuda a limitar los riesgos y lo traducimos en una mejor protección o en la elección de mejores rutas según determinadas situaciones".

44

El pimiento español tiene muy buena acogida y existe un gran consumo en el mercado norteamericano -Estados Unidos y Canadá-



Con el avión se pasa de ser un medio de transporte a ser un argumento comercial

Rotterdam lidera el tráfico de TEUs en Europa

Los 10 principales puertos de Europa movilizaron 61,4 millones de TEUs durante 2017, según un informe realizado por Port Economics. Rotterdam sigue siendo el puerto de referencia con más de 13,7 millones de euros.

POR · DANIEL LAFUENTE

n año más el puerto de Rotterdam sigue en cabeza en cuanto a tráfico de TEUs se refiere en el ámbito europeo, ya que fuera del Viejo Continente los puertos chinos son los que contemplan las cifras más elevadas. En este escenario, Rotterdam subió un representativo porcentaje con respecto al número de TEUs

El puerto de Rotterdam es el puerto y el complejo industrial más grande de Europa con más de 40 kilómetros de longitud

movilizados. De hecho pasó de 12,3 millones en el ejercicio de 2016 por los 13,7 millones de euros en el ejercicio siguiente, lo que representa un repunte de un 6,5 por ciento. Y es que el país del tulipán es un referente europeo en la producción y comercialización de frutas y hortalizas y gran parte de los volúmenes de este tipo de mercancía son reexportados a través de su sistema portuario, siendo lógicamente Rotterdam su principal

centro operativo. De hecho, el puerto de Rotterdam es el puerto y el complejo industrial más grande de Europa con más 40 kilómetros de longitud.

Las mercancías que llegan a Rótterdam, en un mañana pueden estar, por ejemplo, en Alemania, Bélgica, Francia o Reino Unido en la misma tarde.

Además, todos los grandes centros industriales y económicos de la Europa Occidental se puede llegar en menos de 24 horas.

PUERTO DE AMBERES. Al terminal holandés sigue Amberes con más de 10,4 millones de TEUs registrado en 2017. Un dato: este guarismo al igual que en el ejercicio anterior le permite superar el umbral de los 10 millones de TEUs.

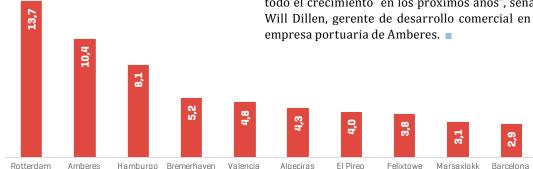
El Puerto de Amberes sigue navegando con viento a favor. De hecho, ya es primer importador de banana del mundo. El fuerte aumento en el volumen de carga refrigerada hacen de este Puerto un referente internacional para el transporte de mercancías perecederas.

CENTRO DE CAPACIDAD PROFESIONAL PARA FRUTAS Y PERECEDEROS. Hace tres años, e de Amberes Frutas y Perecederos centro conocimientos es un esfuerzo conjunto de la Comunidad Portuaria de Amberes, con el objetivo es mejorar el servicio de las frutas y productos perecederos en el Puerto de Amberes de una manera sostenible.

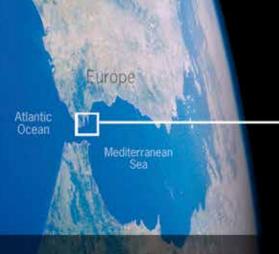
Los operadores portuarios privados que están especializados en la cadena de frío y la Autoridad Portuaria se esfuerzan por hacer el puerto más atractivo para los importadores. De hecho, los 30 miembros del Centro de Capacidad Profesional, desean mantener el enfoque el mejoramiento permanente de la cadena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

"Las áreas de interés son Sudáfrica, Chile, Perú, Ecuador y Brasil. Es más, queremos aumentar nuestros volúmenes de importación de productos frescos, especialmente en el segmento de contenedores, que, como todo el mundo sabe, va a absorber todo el crecimiento en los próximos años", señala Will Dillen, gerente de desarrollo comercial en la









The global maritime & logistics hub

www.apba.es







Crecimiento moderado entre los puertos del Norte de Europa

Bremerhaven en Alemania, sube contrarrestando el descenso de Hamburgo. En general los puertos del norte de Europa han registrado un aumento moderado propio de un mercado maduro.

os otros dos puertos más importantes del norte de Europa, son los alemanes de Hamburgo, que se sitúa en la posición tercera y Bremerhaven en cuarta posición. Aunque su evolución en el último estudio no es la misma. En el caso de Hamburgo desciende un uno por ciento para quedar cifrado en 8,8 millones de TEUs mientras que en Bremerhaven con 5,5 millones controlados crece un 0,9 por ciento. Por cierto, Bremenports es responsable de la operación y mantenimiento de la infraestructura de este puerto.

MOVIMIENTOS. El puerto de Valencia se sitúa en quinto lugar con 4,8 millones de TEUs, desbancando al puerto de Algeciras, que desciende un puesto y ocupa el sexto lugar con 4,3 millones de TEUs, lo que supone una caída de un 8 por ciento. Por delante del puerto griego de El Pireo (Grecia) con 4 millones de TEUs y un crecimiento de 10,5 por ciento que ocupa la posición de Felixtowe que en 2017 transfirió 3,8 millones de TEUs (-5,1 por ciento); en el noveno lugar se mantiene Marsaxlokk (ubicado en Malta) gracias a sus 3,1 millones. En concreto un incre-

mento de un 2,3 por ciento); y cierra el 'Top Ten' el puerto de la Ciudad Condal con una transferencia de 2,9 millones que supone un repunte en porcentaje de un 32,7 por ciento.

Hay que destacar que las cifras del puerto de Barcelona exhiben el mayor avance en el ranking, puesto que de 2016 a 2017 escaló desde la posición número 13 hasta la 10, recuerda el informe.

PRODUCTOS FRESCOS. El transporte marítimo es por excelencia el principal medio de transporte en el ámbito del comercio internacional de grandes cantidades de productos frescos. Su uso es sumamente frecuente en mercados de reposición no urgente, dado a que regularmente es empleado en distancias largas; y en transporte de grandes cantidades de mercancía.

Su resurgimiento en el comercio internacional se debe a la aparición del contenedor y la evolución del mismo a partir de las nuevas necesidades específicas de transporte, factor que ha incidido en la compatibilidad con otros medios de transporte supliendo sus deficiencias de alcance y dando paso a lo que conocemos hoy como Transporte Multimodal.

VENTAJAS. Las principales ventajas de este sistema de transporte son la competitividad en materia de fletes, su alta capacidad de carga, la alta flexibilidad en el manejo de carga y la solidez que sustenta la continuidad de sus operaciones.

La ruta desde Rotterdam, el puerto más importante de Europa, hasta Shanghai, el puerto más importante de China, recorre actualmente unas 13.000 millas (algo más de 20.000 kilómetros). Si el Pasaje del Noroeste estuviera abierto, esta distancia se reduciría a 8.450 millas (13.600 kilómetros), lo cual supondría una reducción de más de 6.000 kilómetros en la distancia a recorrer, y por lo tanto, una considerable reducción en los costes de transporte. En definitiva: menos tiempo, menos combustible, más rapidez a la hora de realizar encargos, mayor número de encargos...

→ TRANSPORTE MARÍTIMO DE PERECEDEROS

Crecen los que necesitan de temperatura controlada

El transporte marítimo de productos perecederos que necesitan de temperatura controlada crece, un año más, por encima del transporte marítimo en su conjunto. De acuerdo con la información de Clarckson, recogida en el Informe Anual 2017 de Anave, la demanda de este modo de transporte, que mueve más del 90 por ciento de la mercancía que viaja por el mundo, ha crecido un 2,7 por ciento en 2016 hasta un total de 11.091 millones de toneladas. En este escenario, los principales operadores marítimos de contenedores del mundo vienen preparando su flota reefer para arrebatar cuota de mercado con el transporte refrigerado convencional. Según señalan desde la consultora, desde el inicio del siglo XXI se han venido enviando al desguace buques frigoríficos convencionales sin que se hayan realizado nuevos pedidos, mientras que se observa



un aumento de la oferta a temperatura controlada por parte de las grandes navieras.

Aunque el peso del producto fresco sobre el total transportado por vía marítima apenas representa el uno por ciento, tanto las navieras tradicionales como los grandes operadores llevan años preparándose para satisfacer las nuevas necesidades de esta demanda al alza.

Barco con capacidad para contenedores 'reefer'.



f&h.es/logistica INTERMODAL

-PUERTO DE AMBERES-

Supera por segundo año el umbral de los **10 millones de TEUs**

Con un total de 10,4 millones de TEUs, el puerto de Amberes registró un aumento considerable con respecto al ejercicio de 2016.

ste crecimiento medido en TEU convierte a este puerto marítimo en el segundo más grande de Europa. De esta forma prosigue con el desarrollo positivo de los últimos años como un centro de distribución de productos perecederos de referencia. Para poder hacer frente a esta tendencia de crecimiento, los proveedores de servicios en el puerto ya están preparando las condiciones necesarias para el futuro, desde la expansión de la infraestructura, como nuevas instalaciones de almacenamiento refrigerado y fresco, hasta soluciones innovadoras como la tecnología de cadena de bloques y conceptos de transporte sostenible como el transporte de mercancías de grupaje o la transferencia modal.

SERVICIOS. Ampliación de las capacidades de almacenamiento y servicios de valor añadido. Además del transbordo, el puerto especializado de Amberes también ofrece una amplia gama de servicios, desde zonas especiales de almacenamiento refrige-

Con un total de 10,4 millones de **TEUs, el puerto** de Amberes registró un aumento considerable con respecto al ejercicio de 2016 radas y frescas hasta servicios expertos de valor añadido como el control de calidad, la maduración y la asistencia para la inspección fitosanitaria, así como el despacho de aduanas.

ANTWERP COLD STORES. Los proveedores de servicios especializados adaptan sus capacidades a la creciente demanda.

Antwerp Cold Stores, por ejemplo, inauguró una nueva zona de productos frescos en su al-

macén. Dicho almacén puede ser utilizado como depósito aduanero y está certificado para productos orgánicos. Es ideal para patatas, hortalizas, frutas, frutos secos, pero también para leche y productos lácteos o miel.

Además se iniciarán las obras de construcción de un almacén frigorífico para el almacén frigorífico de Luik Natie con 6.000 metros cuadrados de espacio para miel y plátanos de Ecuador y Costa de Marfil. Luik Natie también tiene previsto construir un almacén para productos congelados de cara a este ejercicio.



→ PUERTO DE ALGECIRAS Cierra el primer semestre de **2018 con record de cifras**

El Puerto de Algeciras ha cerrado el primer semestre del año con una actividad récord: 54'3 millones de toneladas de mercancías (Tráfico Total) la mayor actividad registrada por una dársena española en sólo medio año.

Estos datos suponen un crecimiento respecto al mismo periodo del año anterior del 10,5 por ciento. Los Graneles Líquidos, que alcanzan los 15'5 millones de toneladas (+15'5%) y la Mercancía General, que supera los 35'2 millones de toneladas (+10'1%) son las principales partidas que han aupado las estadísticas de esta primera mitad de año.

CONTENEDORES. Asimismo el tráfico de contenedores sumó entre enero y junio 2'3 millones de TEUs (+8'8 por ciento) movidos en las terminales del Muelle Juan Carlos I e Isla Verde Exterior, que suponen más de 30 millones de toneladas del citado Tráfico Total.

La tendencia alcista continúa en el tráfico de importación y exportación entre Europa y Marruecos que utiliza el enlace marítimo del Estrecho, que en el primer semestre de 2018 ha canalizado 187.025 camiones (+2'9 por ciento), de los que 167.790 optaron por la línea Algeciras-Tánger Med (+6'5 por ciento). El resto de tráficos del Estrecho cierra el semestre con el crecimiento en los embarques de pasajeros, con 2.035.595 clientes (2'1 por ciento); y 384.075 vehículos turismos (-5'2 por ciento).

En rojo cierra el suministro de combustible (bunkering), con 1'1 millones de toneladas (-18 por ciento); la pesca fresca, con la descarga en Lonja de 269 toneladas (-43'9 por ciento y los Graneles Sólidos con 861.541 toneladas (-11'1 por ciento).

l subdirector de planificación estratégica de la Autoridad Portuaria de Valencia, Ramón Gómez, ha intervenido en el Parlamento Europeo en el marco de la jornada "Fit for the future and Development for the European Waterbone".

En su ponencia sobre "Descarbonización, digitalización y logística – hacia 2050", en la que ha compartido el Plan de Innovación de Valenciaport desarrollado por la Fundación Valenciaport en colaboración con la APV y la Agència Valenciana de la Innovació (AVI).

I+D. En concreto, Gómez ha explicado que este plan se ha basado en el análisis de la I+D desarrollada por los principales puertos europeos y otros operadores mundiales y ha permitido analizar la contribución de los actores claves del clúster portuario valenciano en materias como medio ambiente, energía, y seguridad; digitalización y automatización; y nuevos modelos de negocio logístico.

A partir de este análisis se han identificado 44 tendencias de innovación agrupadas en 7 categorías de la cadena logístico-portuaria: infraestructuras portuarias, terminales, operaciones portuarias, transporte marítimo, buques, transporte terrestre y logística.

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL. Entre las principales innovaciones detectadas en este plan destacan, en materia de sostenibilidad ambiental: la evolución hacia un modelo de emisiones cero gracias al uso de

energías renovables y a la electrificación y utilización de combustibles alternativos como el GNL o el hidrógeno; la monitorización de la huella de carbono, o las bonificaciones medioambientales, entre otras.

Por lo que respecta al área de digitalización y automatización, según Gómez-Ferrer, el plan de innovación ha permitido detectar actuaciones para predecir y gestionar los accesos terrestres, planificar y optimizar las operaciones marítimas, la automati-

zación de terminales y vehículos o los servicios de trazabilidad en redes blockchain.

Por último, en el área de nuevos modelos logísticos, el plan abre la puerta al fomento de la innovación a través de start-ups o al desarrollo de nuevos modelos logísticos de economía circular.

DESARROLLO. Asimismo, ha indicado que los puertos se están enfrentando un entorno que cambia muy rápidamente debido, fundamentalmente, a tres factores: una apuesta clara por la sostenibilidad y

El Puerto de Valencia se hace más sostenible

El plan ha permitido analizar la contribución de los actores claves del clúster portuario valenciano en materias como medio ambiente, energía, y seguridad; digitalización y automatización; y nuevos modelos de negocio logístico.

por la reducción del impacto medioambiental de los puertos; la implantación de los nuevos avances tecnológicos como la digitalización, automatización o el blockchain; y un cambio en los modelos de negocio tradicionales de los puertos, que permite crear nuevas oportunidades gracias al aumento de la eficiencia y la economía colaborativa.

Se han identificado 44 tendencias de innovación agrupadas en 7 categorías de la cadena logísticoportuaria



f&h.es/logistica INTERMODAL



→ PUERTO DE ROTTERDAM Neele-Vat Logistics se instala en la City Terminal

Neele-Vat Logistics y la Autoridad Portuaria de Rotterdam han firmado un contrato para el desarrollo de un centro de distribución en el último terreno baldío de la terminal cerca de Eemhaven (Heijplaat-Rotterdam).

El proveedor de servicios logísticos utilizará el nuevo centro de distribución para el "cross-docking". Es decir, para descargar la carga de una unidad de transporte entrante y combinarla con otra carga que luego se carga en una unidad de transporte saliente. Todo el proceso tiene lugar casi sin necesidad de almacenamiento intermedio.

"Varias de las principales compañías de transporte marítimo de corta distancia nos han dicho que ven un valor añadido en una instalación de transporte intermodal. Este acuerdo está en línea con el desarrollo del sitio de City Terminal para convertirlo en un centro multimodal de transporte marítimo de corta distancia y en una agrupación continental europea", apunta Emile Hoogsteden, director de logística de la Autoridad Portuaria.

"Neele-Vat Logistics quiere construir una nave con una capacidad de almacenamiento de unos 10.000 m², 60 puertas de muelle y una capacidad anual de unos 50.000 contenedores. Esperamos comenzar la construcción del centro el próximo año y comenzar nuestras actividades de distribución en 2021", subraya Cuno Vat, CEO de Neele-Vat Logistics.

CITY TERMINAL. City Terminal de Rotterdam se está convirtiendo en la segunda ubicación de contenedores a gran escala del puerto, albergando a una serie de partes logísticas que incluyen a SCA (carga a granel), RST/Steinweg (contenedores), RSC (terminal ferroviaria), Kramer (reparación y almacenamiento de contenedores), MRS (servicios de contenedores) y Kloosterboer (transporte frigorífico).

-FERRIS ENTRE BARCELONA Y CIVITAVECCHIA-

Generarán cero emisiones en puerto

Las naves Cruise Roma y Cruise Barcelona, pertenecientes al armador Grimaldi Group y que cubren diariamente la línea Barcelona-Porto Torres-Civitavecchia, han iniciado un proceso de alargamiento y rehabilitación total para reducir sus emisiones.

l Port de Barcelona ha celebrado una reunión técnica para informar los diferentes implicados sobre los trabajos en curso y valorar cómo se realizará la adaptación de la infraestructura y de los servicios portuarios en las nuevas naves.

Las actuaciones ya han empezado y el primero de los barcos, el Cruise Roma, ya se encuentra en los astilleros que la empresa Fincantieri tiene en Palermo. La reducción del impacto medioambiental y la eficiencia energética son unos de los principales ejes de Grimaldi Group a la hora de renovar las naves. Así, los ferris incorporarán un sistema de filtros de gases, denominados scrubbers, para reducir las emisiones que emiten sus motores durante las travesías; y un sistema de baterías que almacenarán electricidad producida durante la navegación y que la suministrarán al barco cuando se encuentre atracado a puerto, sustituyendo los generadores auxiliares.

BATERÍAS DE LITIO. Este sistema, basado en grandes baterías de litio, se incorpora por primera vez en un ferri de estas características. Se trata de una apuesta innovadora de la naviera que de esta manera conseguirá generar cero emisiones durante su estancia a puerto.

Con esta iniciativa, una de las principales compañías de las lla-

madas autopistas del mar que operan en el Port de Barcelona, se alinea con los objetivos medioambientales de la infraestructura, definidos en su Plan de Mejora de la Calidad del Aire, que incluye una serie de acciones concretas para minimizar las emisiones de la actividad portuaria en el entorno.

filtros de gases, denominados scrubbers, para reducir las emisiones

Los ferris

incorporarán

un sistema de

MÁS CAPACIDAD PARA CAMIONES, VE-HÍCULOS Y PASAJEROS. Además, los

cascos de los barcos serán alargados con una nueva sección transversal de 29 metros con la cual pasarán a tener una eslora de 254 metros. Una vez finalizadas las obras los barcos tendrán un tonelaje bruto de 63.000 toneladas y ofrecerán una capacidad para 3.500 pasajeros, 3.700 metros lineales para camiones y autocares y 3.000 m2 de cubierta para vehículos. Además del alargamiento de las naves y la ampliación de su capacidad, también se realizará una completa modernización de sus interiores y servicios.



Spanish Ports Connecting The World To Fresh Food



España, **Líder Mundial en Exportación de Frutas y Verduras**



PRINCIPAL HUB DEL SUR DE EUROPA,

EN LA ENCRUCIJADA DE LAS PRINCIPALE S RUTAS MARÍTIMAS



CONECTADOS CON

LAS PRINCIPALES REDES DE TRANSPORTE DE **EUROPA**



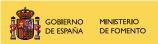
MÁS DE 560 MILLONES
DE TONELADAS
DE MERCANCÍAS
MANIPULADAS EN 2018,
INCLUÍDAS 9,5 MILLONES
DE TONELADAS DE
FRUTAS Y VERDURAS





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





ORIGEN-DESTINO

Nuevo formato de gran supermercado de Pingo Doce.

PORTUGAL

Mucho ladrillo para los futuros proyectos del 'retail'

Continente y Coviran pretenden elevar su red de tiendas en los dos próximos años con el formato proximidad, mientras el resto no se muestran tan agresivos. Las centrales de los productores suman nuevos metros.

POR · RAFAEL I. LOSILLA el papel lo aguanta todo o Portugal ha perdido el miedo. La distribución lusa está anunciando desde el segundo semestre de 2018 y en el primer mes del año 2019 sus proyectos de inversión para los dos próximos años.

El grupo Sonae y Coviran se muestran como las más agresivas en sus proyectos. Sonae ha

anunciado que quiere alcanzar una red de 697 tiendas entre todos sus formatos en dos años para distanciarse de Pingo Doce.

Actualmente, Sonae en alimentación cerró 2018 con 567 tiendas entre Continente, Modelo Continente y las tiendas de cercanía Meu Super y Continente Bom Dia.

El formato proximidad es en el que más quiere crecer Sonae y restarle cuota de mercado a Pingo Doce, más centrado en los formatos supermercado y gran supermercado.

Continente ha adelantado su interés de abrir 50-60 nuevas tiendas de proximidad –Continente Bom Dia / Meu Super-; 4-8 nuevas tiendas Modelo Continente y unas 150 tiendas de otros formatos.



Coviran es el otro 'super' con ganas de incrementar su presencia. Actualmente cuenta con 230 tiendas y su objetivo es alcanzar las 400 tiendas. Actualmente tiene tres plataformas de distribución, ubicadas en Vila do Conde, Algoz y Sintra para cubrir Norte, Centro y Sur.

PROXIMIDAD Y RURAL. Los formatos de tiendas de menos de 500 metros son los que proliferan ahora en Portugal para ubicarse tanto en áreas rurales como en las periferias.

Coviran trata de evolucionar en las áreas rurales al igual que las tiendas Meu Super, propiedad del grupo Continente.

Meu Super cuenta en la actualidad con 225 tiendas entre 100 y 400 metros cuadrados ubicadas en puntos rurales y zonas con mucho tránsito peatonal. Es un formato bajo franquicia al igual que Coviran.

En ambos casos, los productos frescos están condicionados por el espacio y las referencias no superan nunca las 50 categorías y de gama de alta rotación.

STAND BY'. El resto de los operadores no define aún sus preferencias de futuro. Pingo Doce cierra 2018 con 432 tiendas, 10 más que cuando finalizó 2017. Es la cadena que en frescos lidera la cuota de mercado, aunque en el cómputo de alimentación Continente ha superado a Pingo.

Pingo Doce se mantiene firme en el formato supermercado y gran supermercado. Es precisamente en el formato gran supermercado, donde "la cadena ha dado un paso de calidad y presentación, con nuevos formatos, un lineal muy diversificado y amplio, con muchas categorías y muy buena ambientación", recuerda Aires Alves, director de Bucelfruta, uno de los tres 'category management' con los que opera Pingo Doce en frutas y hortalizas.



El formato proximidad de Meu Super eleva la actividad en Sonae.



Pingo Doce está dando pasos hacia la mejora de la calidad de la fruta para diferenciarse de las tiendas Continente con la creación de marcas blancas de calidad como 'Doce Sabor' y la entrada de nuevas referencias para la distribución lusa como la gama de tomate cherry, pimiento Palermo y nuevas líneas de hoja.

¿Y EL 'DISCOUNT'?. Su mensaje tradicional es sumar, pero sus acciones se miden por la cautela. Lidl ya se ha puesto al mismo nivel que Intermarche en número de tiendas pero con una mayor cuota de mercado. No obstante, Lidl es prudente.

Cierra 2018 con 250 tiendas, ubicadas en las grandes urbes y no se decide por incorporarse en ciudades de tercer orden o de ámbito más rural y ubicadas en las regiones del interior.

La fuerza de Lidl en Portugal se centra en Lisboa, Porto, Santarem o Coimbra; y en el Algarve por la afluencia turística. La presencia de Lidl en Alentejo es testimonial.

Las tiendas Meu Super están elevando la actividad logística de Sonae

Coviran se pone como objetivo alcanzar los 400 puntos de venta

En la misma tesitura se encuentra Aldi. Suma 64 puntos de venta en 2018 y prometen ampliar en los dos próximos años, pero sin un 'business plan' fijado.

Y prueba de que el formato descuento ha frenado sus expectativas son las cifras de Minipreço. Cierra 2018 con 540 tiendas y ubicadas sobre todo en las grandes urbes como Lisboa -179 tiendas-, Porto -109 tiendas-, Setubal -89 tiendas- o Coimbra -38 tiendas-. ■

Metros en Frutas Patricia Pilar y Ferreira da Silva

Frutas Patricia Pilar realizó durante 2018 la mayor inversión realizada en la industria hortofrutícola portuguesa con sus 14 millones de euros en sus nuevas instalaciones ubicadas en A Dos Cunhados. Las nuevas instalaciones cuentan con 34 cámaras frigoríficas de las que 20 están preparadas para atmósfera controlada y suma 14 muelles de carga para poder alcanzar un potencial de masa crítica de 130.000 toneladas de frescos.

Las nuevas instalaciones "nos permiten mejorar el servicio y la calidad de los productos por la presencia de frío de cara a nuestra clientela y ganar en gestión de estocaje y ampliar nuestras referencias de producto", señala Antonio Manuel Lloret, director de Logística de Frutas Patricia Pilar.

Ferreira da Silva es la otra firma que ha ampliado sus instalaciones y ha duplicado su área de 'packaging' y de frío para dar más servicio

tanto a las cadenas portuquesas como españolas. La inversión de Ferreira da Silva ha rondado los cuatro millones de euros tanto en instalaciones como en maquinaria y calibradoras para elevar el ratio de productividad en peras y manzanas. Tanto Frutas Patricia Pilar como Ferreira da Silva son dos exponentes del desarrollo de la industria hortofrutícola lusa y de las nuevas necesidades logísticas que demanda Portugal.



Imagen de las nuevas instalaciones de Patricia Pilar en Portugal.

Propone sus envases para el futuro en Fruit Logistica

-OBEIKAN-

La compañía de packaging sostenible Obeikan MDF acude un año más a una de las citas internacionales de referencia en el sector de frutas y hortalizas, Fruit Logistica.

a empresa intervendrá en el congreso Fruit Logistica World of Fresh Ideas, donde abordará "la importancia de tener un packaging seguro, sostenible y práctico que se ha incrementado notablemente en estos últimos 12 meses a la par que aumenta la concienciación del consumidor en relación a su impacto en el medioambiente", explican desde

Este evento cuenta con la presencia del director general de Obeikan MDF, Salvador Martínez, quien da su visión sobre la situación actual que vive el sector del packaging para continuar con el pronóstico sobre las características y condiciones que debe cumplir el packaging de perecederos en los próximos años. "La creciente preocupación por la sostenibilidad por parte del consumidor ha motivado que cada vez más aumente la implicación tanto del sector

productor como del retail en la llegada y presentación de los productos frescos en los lineales", ha avanzado Martínez, quien también evaluará el impacto que este crecimiento está teniendo en las empresas dedicadas al packaging y desvelará las tendencias que han identificado como imperantes en el sector del packaging en los próximos años.

OBEIKAN MDF. Obeikan MDF lleva más de una década dedicada a la producción personalizada de envases de fibra de madera. Consiguiendo una superficie totalmente homogénea en la que se otorga la forma del envase mediante corte láser, Obeikan no utiliza ningún otro material para sus cajas por lo que se facilita su reciclado y cuenta con un sistema de montaje fácil de última tecnología que aporta gran resistencia a la solución que propone.





→ BEFRESH TECHNOLOGY Muestra su amplio catálogo en soluciones postcosecha

Esta firma española especializada en soluciones de postcosecha para alargar la vida de los productos frescos estará presente un año más en Fruit Logistica.

"Nuestra tecnología está diseñada y desarrollada en sistemas de purificación de aire para la remoción del gas etileno, de esporas fúngicas y de olores que se producen durante el transporte y almacenamiento de frutas, hortalizas y flores cortadas", explican desde la empresa.

Además, forma parte del grupo industrial e internacional Famatel y Keraco, "lo que nos permite tener un proceso de fabricación totalmente integrado y propio, desde el absorbente hasta los envases, proporcionando un alto grado de autonomía y calidad en todos nuestros productos y servicios", apuntan desde BEfresh Technology El principal beneficio de la gama BEfresh es la eliminación del etileno, así como la reducción de patógenos, hongos y esporas de microorganismos, que enferman a frutas y verduras, prolongando de esta manera su vida útil v manteniéndolos más frescos durante toda la cadena de distribución. Además, es totalmente compatible con la agricultura ecológica al no tratarse de un producto invasivo para los alimentos conservando su sabor y aroma. Mantienen la calidad de los alimentos, su apariencia y, lo más importante, su valor nutricional.



CONFIANZA SIN FIANZA









Cesurca desarrolla nuevas soluciones en espárrago verde

Bandeja de

punta de

espárrago.

a firma española Cesurca, ubicada en Huétor Tajar, está desarrollando dos nuevas unidades de venta originales para la expedición del espárrago. Se trata de una bandeja con puntas de espárrago de 125 y 150 gramos y un vasito de 175 gramos con puntas de espárrago.

La bandeja "ya está haciendo camino en los mercados, ya que es una unidad de venta fácil e ideal para aquellos hogares unipersonales que se les hace pesado una unidad de venta de 250 gramos", apunta Francisco Ruiz Navarro, director técnico de Cesurca.

La bandeja está ya presente en varias cadenas alemanas, "el mercado que mejor ha respondido a esta propuesta innovadora", adelanta Ruiz Navarro.

RAZON. Alemania es el mercado más activo y con mayor peso para el espárrago de Cesurca. "Introducir esta unidad de venta ha sido un acierto, porque hay muchos hogares en Alemania con escasos miembros familiares y esta unidad de venta es ideal para consumidores con limitaciones en la demanda", apunta Ruiz Navarro.

> El vasito de 175 gramos con puntas de espárrago va a un ritmo más lento en la penetración de mercado, aunque Cesurca la seguirá manteniendo en su catálogo de productos y posibilidades.

Ambas unidades de venta se desarrollan tanto para el espárrago de producción española como para el producto importado, donde Cesurca trabaja con oferta peruana y mexicana.

Cesurca opera con más de 6.000 toneladas de espárrago entre la oferta española y la latinoamericana y centroamericana. Es la empresa que más incrementó su oferta de espárrago durante el ejercicio 2018.



Vaso de 175 gramos de punta de espárrago.



<mark>→</mark> SELLO UNIQ Garantía de calidad

UNIQ combina el trabajo en equipo con tres décadas de experiencia técnica de AFCO sobre embalajes hortofrutícolas para optimizar el transporte y la logística de los productos frescos y apostando siempre por la innovación. El Sello de Calidad Agrícola

UNIQ aúna los mejores conocimientos técnicos del sector del cartón ondulado.

El embalaje UNIQ está preparado para el futuro: calidad, innovación, adaptabilidad y sostenibilidad. Reúne importantes novedades: distingue familias de cajas de tejadillo y columna, clasifica los embalajes en función de la duración desde el envasado hasta el destino y apuesta por la estandarización de medidas para simplificar procesos, y facilitar su manipulación y apilado.



Cierra la producción con un uno por ciento menos

-VEHÍCULOS EN ESPAÑA-

Un año aciago. Se cerró en 2,81 millones de vehículos en 2018, un 1 por ciento menos. La fabricación sufrió una caída del 16,1 por ciento en el mes de diciembre, hasta los 146.395 automóviles.

l año finaliza en negativo para las fábricas españolas. Según las cifras que baraja la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac), terminaron

2018 con una reducción de la producción del uno por ciento con respecto del cierre de 2017, hasta las 2,81 millones de unidades.

Las caídas que ha experimentado el mercado europeo en su conjunto, principal destino de las exportaciones de vehículos producidos en España, durante los últimos cuatro meses ha llevado a las fábricas españolas a adaptar sus volúmenes

de producción. En algunos casos, las factorías se han visto obligadas a realizar paros completos de sus líneas de fabricación durante días. Así, la producción del mes de diciembre ha registrado una caída del 16,1 por ciento, hasta los 146.395 vehículos.

CUATRO MESES. La importante reducción de las ventas que se ha experimentado en los últimos cuatro meses del año tanto en España como en los principales mercados europeos impacta en las fábricas. De los cuatro principales destinos de exportación, sólo Francia cierra el año con un crecimiento de las ventas del tres por ciento.

Las matriculaciones en Alemania han caído un 0,2 por ciento en el conjunto del año; la demanda en Italia ha descendido un 3,1 por ciento y en Reino Unido, un 7 por ciento.

El mercado europeo cerró con un crecimiento escaso, de un 0,1 por ciento, encadenando, tal y como se ha visto en España, cuatro meses de caídas de las matriculaciones. Además, el mercado turco continúa sumido en su propia crisis. Muestra una caída en el conjunto de año del 35 por ciento, lo que minoró las importaciones de vehículo español en un 40 por ciento.

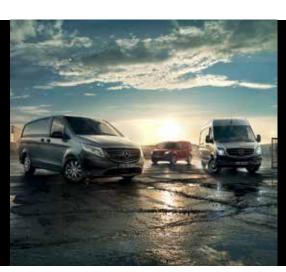
NUEVA NORMATIVA. Así, aunque la entrada en vigor de la nueva normativa de medición de emisiones WLTP y las dificultades de las fábricas para proveerse de motores homologados según las nuevas condiciones han

tenido un cierto impacto negativo en el conjunto del año, lo cierto es que este cierre a la baja responde más a una debilidad de la demanda española y europea que se viene detectando en los últimos meses y que preocupa de cara a 2019.

El consumidor español está sumido en una gran confusión al respecto de qué coche comprar y está retrasando su decisión de compra. Además, el vuelco en las pre-

ferencias de compra de motores de gasolina respecto de diésel tiene incidencia para las fábricas, que necesitan un tiempo.

"La importante reducción de las ventas se ha experimentado en los últimos cuatro meses"



Impulsa tu negocio.

Gama de vehículos profesionales Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz



Saveres. Concesionario Oficial Mercedes-Benz.

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

-consum-

La tienda online cubre el 100% de la Huerta Norte

a tienda online de Consum ha desembarcado en la comarca de la Ribera, llegando a poblaciones como Alzira, Algemesí, l'Alcúdia, Alginet, Carlet, Benimodo, Guadassuar, Albalat de la Ribera, Benicull, Polinyà del Xúquer, Sollana, Benifaió, Almussafes y El Romaní, alcanzando una población de más de 153.000 clientes potenciales. Estas poblaciones tendrán el servicio gratuito, sin compra mínima, hasta el 28 de febrero.

Por otro lado, la Cooperativa también ha ampliado su tienda online por l'Horta Nord –Huerta Norte-, a Puçol, Massamagre-ll, El Puig, Rafelbunyol, Museros, Massalfassar y Albuixech, alcanzando una población de más de 65.000 clientes potenciales. En dicha comarca, Consum ya ofrece su servicio de e-commerce al 100% del territorio.

Actualmente, la Cooperativa ofrece tienda online a un centenar de poblaciones de las provincias de València, Alicante y Barcelona, así como Almería y Castellón capital. Prevé continuar la expansión a otras zonas en los próximos meses. Desde que se lanzó la tienda online de Consum, en noviembre de 2016, se ha ido mejorando el diseño para darle prioridad al móvil, se han incluido banners por categorías y se han creado agrupaciones de productos, como los ecológicos. Además, se puede consultar las franjas horarias de entrega antes de hacer el pedido. Gastos de envío gratuitos

Los clientes pueden acceder a 9.000 referencias, entre productos frescos al corte y en bandeja y variedad de marcas, contando, además, con todos los descuentos y 'Mis favoritos' (antiguos 'cheque-crece') acumulados para la cuenta de cada socio-cliente, ya que el programa de fidelización Mundo Consum está completamente vinculado con la plataforma. Además, los gastos de envío son gratuitos por compras superiores a 60 euros.





→ KOPPERT Conocer a los enemigos de la fauna auxiliar

La nueva web de Koppert España, operativa en la web www.koppert.es, incluye una completa base de datos que permite conocer los efectos secundarios de los plaguicidas en los enemigos naturales.

Así, se pone a disposición de los productores una valiosa y actualizada información técnica para evaluar las consecuencias que los tratamientos químicos pueden tener sobre el ciclo vital de la fauna auxiliar. La nueva guía de efectos secundarios es muy intuitiva de usar y facilita en segundos toda la información relativa a un producto fitosanitario, por marca comercial o por su principio activo, así como sus efectos específicos sobre cada uno de los productos biológicos que comercializa Koppert. El objetivo de esta herramienta informática no es otro que evitar daños no deseados tanto en los cultivos como en la población de insectos beneficiosos, así como garantizar buenas prácticas de sanidad vegetal que contribuyan a optimizar la eficiencia de las técnicas de control biológico de plagas y enfermedades y a extender la agricultura sostenible.

50 años de conocimientos

La nueva web condensa todos los conocimientos técnicos que Koppert ha acumulado durante 50 años en control biológico de plagas y enfermedades, polinización, tratamiento biológico de semillas, mejora del crecimiento de la planta y resiliencia del cultivo. La información también está clasificada por cultivos, con áreas específicas para hortalizas bajo abrigo, hortalizas al aire libre, frutales y plantas ornamentales.



-ANSERLOG-

Revoluciona la vigilancia de la mercancía en tiempo real gracias a su nuevo servicio



Colocación de los sensores en el interior del remolque frigorífico.

nserlog es una empresa tecnológica que proporciona un servicio de seguridad en semirremolques frigoríficos, mediante la instalación de un pack de sensores y sirenas conectados en tiempo real a la central receptora de alarmas, compuesta por un equipo humano específicamente formado para realizar un seguimiento y análisis continuo de la información procedente de su vehículo.

¿CÓMO FUNCIONA?. Ahora ha dado un paso más en ofrecer el mejor servicio para que la mercancía llegue a destino en las condiciones más óptimas. En concreto el sistema es muy sencillo, ya que detectará en tiempo real cualquier intento de apertura de puertas que se produzca en el vehículo.

Asimismo el equipo 24 horas avisará inmediatamente en el momento del intento de apertura de puertas, enviando posición, hora y fotografía del interior y, por último, ejercerá un efecto disuasorio, ya que sonará la bocina ante cualquier agente externo que intente acceder a la mercancía.

ACCIÓN. "En primer lugar se Instala en la parte posterior del techo del semirremolque un dispositivo provisto de los sensores necesarios, y que está en comunicación con nuestra central receptora de alertas en tiempo real", explica Alberto López, CEO de Anserlog.

Acto seguido se activa la vigilancia del semirremolque a petición del cliente y desde ese momento cualquier intento de apertura de puertas desencadena el funcionamiento de la alarma y la toma de fotografías.

Otra ventaja del dispositivo es que si se produce un salto de alarma se avisa inmediatamente a la persona responsable mediante llamada telefónica.

Por último López apunta que "una vez el semirremolque esté en destino, desactivamos el sistema de vigilancia para permitir la descarga, el sistema queda en stand-by hasta la próxima activación".

Tipos de sensores

- **Temperatura:** Sensor de temperatura para medir la temperatura que hay en el interior del semirremolque.
- Sistema de apertura de puertas: Detección intento de apertura de puertas por cambios producidos en la luminosidad del interior del semirremolque frigorífico.
- · Cámara: Cámara de fotos que se activa en el momento

exacto en que se detecta el intento de apertura de las puertas del semirremolque.

- **Bocina**: Bocina que se activa automáticamente al detectar el intento de apertura de las puertas del semirremolque.
- · Localización: Localización vía GPRS

INDUSTRIA AUXILIAR



→ AGUACATE PITTER 300-AVC

Extracción del hueso del aguacate gracias a CTI Food Tech

Una máquina patentada para extraer el hueso del aguacate. La deshuesadora de aguacates modelo 300-AVC alimenta y deshuesa aguacates piriformes con una capacidad mecánica de hasta 300 golpes por minuto a un deposito especial. Los frutos se reciben en la balsa del alimentador. Un sistema de holas y carriles especiales posiciona y orienta los frutos en vertical, individualmente, en los alveolos de las placas portafruto. En la fase de corte, dos cuchillas cortan, por arriba y por abajo, los frutos, luego un expulsor mueve el hueso separando las dos mitades. El chassis y todos los elementos en contacto con el producto son de acero inoxidable AISI 304 o plástico alimentario.



Las ventas de tractores nuevos bajaron un 9 por ciento en 2018

Las ventas de tractores nuevos descendieron desde los 12.453 hasta las 11.333 unidades, según la inscripción de maquinaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca (MAPA).

l descenso se notó más en el mes de diciembre, 24,92 por ciento, cuando se contabilizaron 1.461 unidades, respecto a noviembre de 2018. Para el conjunto del sector de maquinaria agrícola, el número de inscripciones totales en 2018 alcanzaron las 41.208 unidades, lo que supone un 9,3 por ciento, de las que 5.751, es decir el 49,92 por ciento, correspondieron al mes de diciembre.

NEW HOLLAND Y JOHN DEERE, A LA CABEZA. Las marcas de tractores nuevos más comercializadas en diciembre fueron New Holland, con un 399 unidades, John Deere, con un 203, Case IH, con 120, Kubota, con 112 y Fendt, con 85.

Además de los tractores, los agricultores adquirieron en 2018 1.864 unidades de maquinaria automotriz, lo que supone un 18,35 por ciento, de las que 658 fueron de recolección, 849 equipos de carga, 8 tractocarros, 204 motocultores y motomáquinas, y 145 de otro tipo.

Las ventas de maquinaria arrastrada o suspendida supusieron 21.951 unidades, el 16,90 por ciento, de las que 3.855 eran de preparación y trabajo del suelo; 935 para siembra y plantación, 8.582 de tratamientos, 3.468 para aporte de fertilizantes y agua, 2.705 de recolección y 2.406 de otro tipo.

También se ha contabilizado la venta de 5.955 remolques, un 25,37 por ciento y 105 máquinas agrícolas, el 16 por ciento, que no se incluyen en las anteriores categorías.

Andalucía lideró la adquisición de maquinaria agrícola en el mes de diciembre, con 1.630 unidades y también el segmento de tractores, con 493.





-SAINT CHARLES-

La plataforma

de Perpiñán está

presente durante

todo el año en los

profesionales del

sector

principales medios

Celebra su 52^a Asamblea General

Esta reunión también fue la ocasión para dar la bienvenida a 8 nuevos miembros de la Asociación, elevando a 72 el número de miembros de derecho y a 54 el número de miembros asociados. Prueba de ello es que la Asociación no ha perdido nada de su dinámica.

l informe de actividad fue la ocasión para que los miembros de la Asociación revisaran los principales acontecimientos del año, así como los expedientes presentados por el Snifl.

En particular, se ha tratado:

• La presencia de la Asociación en el seno de la Pa-

tronal de frutas y hortalizas frescas, Interfel, con el fin de dar la voz a la importación y que se reconozca de forma sistemática la especificidad de esta familia.

• Los convenios con la Universidad de Perpiñán o con el Aftral (Primer organismo de Formación en Transporte y Logística en Francia y en Europa), para participar y guiar activamente la dinámica aportada por estas organizacio-

nes, que se inscriben en las temáticas y reflexiones, sinónimo de 'desafío' y de 'éxito', para sus estudiantes y aprendices, futuros colaboradores, que contribuirán a la competitividad empresarial y al atractivo de la plataforma.

FORMACIÓN

• El establecimiento de un 'polo de empleo' permanente en Saint-Charles, dos veces a la semana, en

la Asociación o dentro de las empresas miembros.

• La dinamización del departamento de formación de la Asociación, inscrita en la Direccte desde 2015 y registrada en la base de datos Datadock* desde el 22 de enero de 2018. Una inscripción sinónimo de compromiso con la calidad en el marco de la formación impartida por el Snifl. Durante la campaña anterior se formaron aquí a más de 130 personas. El compromiso de la Asociación y de las empresas firmantes en la evolución del Enfoque de Calidad de Saint-Charles hacia una certificación de servicio reconocida por el organismo certificador SGS.

COMUNICACIÓN

- El desarrollo de la comunicación, en la que, en colaboración con la Asociación de Parcelación de Saint Charles International, la plataforma de Perpiñán está presente durante todo el año en los principales medios profesionales del sector.
- El refuerzo de la presencia de la plataforma en las principales exposiciones internacionales y, sobre todo, en MedfelLy Fruit Attraction, en las que, gracias a Saint-Charles Export, 58 empresas expusieron en Perpiñán en el mes de abril y 97 en octubre en Madrid. De hecho, Saint-Charles Export fue la primera delegación francesa presente en número de expositores y de metros cuadrados reservados, Las participaciones fueron supervisadas por la Región de Occitania y por la comunidad urbana de Perpiñán.

RESPUESTA

Con una capacidad de respuesta y de anticipación continuas, la Asociación ha colaborado con Aduanas, DRAAF Occitanie, DDPP de Pirineos Orientales y, sobre todo, con la Cámara de Comercio y la Comunidad Urbana de Perpiñán para la implementación de un centro de control totalmente operativo, que reúne a todas las administraciones del Estado y que es capaz de hacer frente a la evolución de la normativa europea en materia de controles fitosanitarios.

INDUSTRIA AUXILIAR

El 41 por ciento de las empresas de la industria auxiliar no exportan.

-EMPRESAS DE ALMERÍA-

Un tercio del negocio de la industria auxiliar viene del comercio internacional

La industria auxiliar almeriense aún está lejos de emular las cifras internacionales del negocio del fresco. El 32 por ciento de su negocio viene de la exportación con Marruecos y México como los destinos más presentes.

as 141 empresas que constituyen la industria auxiliar de la agricultura con sede social en Almería tienen en el comercio internacional el 32 por ciento de su facturación, según el Tecnómetro 2017, realizado por la Fundación Tecnova.

Son casi 400 millones de euros según los datos recogidos por la Fundación Tecnova en una estimación en el tramo más bajo del negocio. El grueso de las exportaciones que realiza la industria auxiliar es fuera de la UE, preferentemente a México y Marruecos, "los mercados más afines de las empresas



del 'cluster' de la industria auxiliar ubicada en Almería y en donde tradicionalmente las empresas se han movido con más comodidad", señala Mari Carmen Galera, gerente de la Fundación Tecnova. Marruecos por cercanía y por "necesitar las empresas marroquíes de similar tecnología que utilizan las empresas del Sur de España y México por similar cultura y facilidad idiomática son los destinos de referencia para la industria almeriense", argumenta Galera.

No obstante, "el cuadro actual de exportaciones de las empresas almerienses de la industria auxiliar va a cambiar en los próximos años", afirma Galera.

LAS DUDAS. Desde la Fundación Tecnova se entiende que el campo de posibilidades del mercado internacional son superiores a los trabajados por las empresas de la industria auxiliar. Hay varios hándicap para avanzar en las operaciones internacionales, aunque el fundamental es el desconocimiento de los mercados por parte de los ejecutivos de las empresas.

La encuesta realizada en el Tecnómetro señala

Mari Carmen Galera -gerente Fundación Tecnova-

"La oferta almeriense compite mejor que la holandesa en climas cálidos"

Los destinos de climas cálidos son el fuerte de las soluciones tecnológicas de las empresas de la industria auxiliar. En los diferentes concursos en donde las soluciones españolas se han presentado en zonas de producción cálidas han salido elegidas frente a las propuestas holandesas o israelitas.

"Nos hemos ganado el respeto de la competencia holandesa, que no siempre nos consideraban como competitivos frente a su alta tecnología", señala Mari Carmen Galera, gerente de Tecnova.

No se trata sólo de la tecnología adaptada de las empresas del Sur de España a los climas cálidos, "sino la capacidad de adaptación de las soluciones a las necesidades del entorno. Las soluciones holandesas no se adaptan tanto", apunta la ejecutiva de Tecnova.

China se está convirtiendo en un competidor duro en cuanto a tecnología adaptada a climas cálidos. "La iniciativa china está trabajando bien y con productos más competitivos que están consiguiendo contratos en zonas de producción donde España trata de sumar", asevera Galera.

Aunque la oferta china ya suma contratos, los verdaderos competidores internacionales de la oferta española son los holandeses. El 36 por ciento de los empresarios de la industria auxiliar consideran a los holandeses como los competidores más duros, seguidos de los israelitas -21 por ciento- y de los italianos -19 por ciento-, aunque éstos se deben únicamente por las soluciones en las soluciones de confección y manipulación



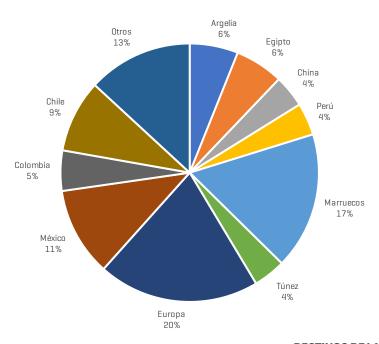
que el 57 por ciento ven en el desconocimiento de los mercados el hándicap más importante para elevar las exportaciones. Otro de los frenos es la propia voluntad del empresariado de no tener necesidad de exportar -más del 21 por ciento de los encuestados-.

El desconocimiento de los trámites para exportar o la falta de confianza en la competitividad de la propuesta empresarial están por igual entre los frenos -14 por ciento-.

Independientemente de las posibilidades de elevar las exportaciones de servicios y de la industria auxiliar, un 20 por ciento de los industriales almerienses creen que la superficie invernada en Almería aumentará en los próximos años.

COMPETENCIA INTERNACIONAL. Casi el 59 de las empresas realizan acciones de exportación y desde la Fundación Tecnova se espera que se incremente esta

cifra en los próximos años. Los que no realizan ninguna labor de exportación se debe a la no necesidad de exportar en el 73 por ciento de los casos.



DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA AUXILIAR DE ALMERÍA (2017)

Fuente: Fundación Tecnova

tiene la producción hortofrutícola

Y es que "para muchos empre-

sarios con las necesidades que

pañola desde Huelva hasta Girona, se hace normal que muchos empresarios no quieran complicarse la vida", señala Galera.

es-

Aunque muchas empresas de la industria auxiliar no entran en el comercio internacional, para las empresas del 'cluster' la competencia internacional es el principal reto de la industria auxiliar. El 19 por ciento de los empresarios

consideran este reto como el más importante tras la escasa rentabilidad de las explotaciones -15 por ciento- o la competencia local -14 por ciento-.

"Los destinos actuales de la industria auxiliar cambiarán en los próximos años", afirma Mari Carmen Galera de **Tecnova**



INDUSTRIA AUXILIAR

Más de 800 personas acudirán al Congreso anual de abril

-GASNAM-

El eje central de este encuentro será el gas natural renovable como alternativa innovadora para el transporte sostenible y descarbonizado.

ajo el lema Gas renovable: innovación para la movilidad sostenible, los próximos 10 y 11 de abril se celebrará en La Nave, Madrid, la séptima edición del Congreso anual de la Asociación Española de Gas Natural para la movilidad (Gasnam).

Su Congreso anual se ha consolidado como una cita imprescindible en la que se encuentran los máximos representantes del sector del gas natural y renovable para el transporte terrestre y marítimo.

Desde su primera edición en 2013, este encuentro se ha convertido en el primer evento de movilidad sostenible terrestre y marítima con gas natural y renovable. En él se dan cita empresas y administraciones comprometidas con el desarrollo de este combustible para lograr la descarbonización del transporte.



Este año el Congreso contará con más de 70 ponentes nacionales e internacionales, más 30 mesas de trabajo, conferencias magistrales y la mayor exposición de vehículos de gas natural y renovable de Europa.

Imagen de la VI Edición de Gasnam.

Durante la celebración del mismo se abordarán los numerosos avances en materia de infraestructura, regulación y gas renovable en el ámbito del transporte por mar y por carretera. También se hablará del desarrollo del certificado en origen para el gas renovable que permita la verificación de que el gas repostado en una gasinera procede de una fuente renovable.

NÚMEROS DEL CONGRESO. Los números del Congreso dejan bien a las claras la importancia del mismo. Este evento contará con 1.500 metros de exposición y a él está previsto que asistan más de 800 personas. Asimismo, más de 50 ponentes tanto nacionales como internacionales abordarán el presenta y futuro del gas natural renovable y su aplicación en la logística marítima y por carretera. A esto hay que añadir más de 25 conferencias y mesas de trabajo a las que está previsto que asistan los CEOs de las principales empresas del sector.

PROGRAMA

Jornada 1: 10 de Abril

10.00 Inauguración institucional. José Domínguez Abascal, secretario de Estado de Energía y Joaquín Mendiluce, presidente de Gasnam.

10.30 Estrategia de los líderes de mercado.

11.30 Pausa café

12.00 Conferencia magistral. Directiva Europea de Energías Renovables. José Blanco, Europarlamentario y ponente de la directiva.

12.30 Movilidad con gas natural y renovable en Europa.

13.30 Cóctel

15.30 La transformación de la movilidad: oportunidades empresariales. María Mendiluce, directora de Clima, Energía y Economía Circular del World Business Council for Sustainable Development.

16.00 La visión de las Comunidades Autónomas Españolas.

16.00 La visión de las Autoridades Portuarias Españolas.

17.00 Gas natural: las soluciones sostenibles para el transportista

17.00 Buques innovadores, sostenibles y eficientes propulsa-

dos por GNL

18.00 Entrega de premios.

18.30 Cóctel afterwork.

Jornada 2: 11 de Abril

9.00 Marco regulatorio del biometano

10.00 Inauguración de la sección terrestre. Mercedes Gómez, directora general de Transporte.

10.15 Casos de éxito de biometano en Europa.

10.15 El GNL en la construcción naval.

10.30 Inauguración de la sección marítima. Benito Núñez, <u>directo</u>r general de la Marina Mercante.

11.15 Pausa café

12.00 Tecnologías de producción de gas renovable.

12.00 Proyectos de éxito.

13.00 Calidad del aire en las ciudades.

13.00 Regulación y bunkering.

14.00 Clausura.

PIE DE FOTO. Momento del Congreso anual de 2018.

Espacio expositivo exterior de 2018.

→ INTEGRA2

Ya cuenta con su primer Frigo Megatrailer

El vehículo de 25,2 metros de longitud y más de 65 toneladas de peso está compuesto por una tractora Renault de 520 CV de potencia y 13 litros en línea que engancha dos remolques frigoríficos (uno de 8 metros y otro de 13,60 metros) obteniendo en un mismo viaje una capacidad de carga superior a los 143 m3.

Con la incorporación de estos vehículos modulares, la empresa quiere mejorar sus operaciones en la conexión diaria entre sus principales plataformas de Barcelona y Madrid diferenciando ambientes térmicos.

La incorporación de estos vehículos de alta capacidad en la etapa de larga distancia disminuye la ocupación de la red viaria y reduce las emisiones de CO2 durante el transporte entre un 11 y un 15 por ciento por cada viaje, así como las emisiones contaminantes.

INTEGRA2. Integra2 es la red del Grupo Logista de transporte capilar a temperatura controlada, especializada en los sectores farmacéutico y de alimentación.

La red de Integra2 ofrece servicios apostando por la calidad y la especialización de nuestras operaciones.

Además, es especialista en transporte a temperatura controlada para el sector farmacéutico, con servicios como Friofarma.



Integra2 cuenta con una red e infraestructuras con presencia en toda España y Portugal. Esta amplia red, que ya en 2007 fue la primera en certificarse bajo la norma CCQI (Cool Chain Quality Indicator), garantiza el mantenimiento de la cadena de frío en el transporte capilar y le permite ofrecer soluciones de transporte capilar a temperatura controlada a otros sectores e industrias, como el de la alimentación refrigerada gourmet o el canal de productos de conveniencia.



INDUSTRIA AUXILIAR



RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO JURÍDICO DE PARTIDA ADUANAS, S.L.

"Es incomprensible que un puerto como Algeciras no tenga Corredor Mediterráneo"

Partida Aduanas, S.L. es una de las pocas empresas que dispone de Departamento Jurídico interno dentro de la organización, lo que supone una tranquilidad extra en el servicio que presta a sus clientes en cuanto a asesoramiento aduanero se refiere: trabajamos para mejorar la eficiencia en las operaciones de comercio exterior, mediante el análisis de los procesos aduaneros de las empresas.

POR · JUAN ARIAS

- **L.P:** ¿Cuáles son los objetivos del departamento jurídico?
- **P.L:** "El departamento jurídico tiene varios pilares: el principal es el control de la morosidad pero también la valoración del riesgo de los clientes y garantizar la seguridad de las operaciones. Aquí, además del análisis OEA Operador Económico Autorizado-, lo que hacemos es verificar que ese cliente es serio, fiable, que cumple con todas las normas de seguridad y que, dentro de la cadena logística, va a cumplir con sus obligaciones".
- **L.P:** Para ayudarles en esos procesos, ¿van a apostar por las nuevas tecnologías?
- **P.T:** "Así es. Este año vamos a hacer una inversión importante en medios tecnológicos. Hemos adquirido un software a través del cual se pueden realizar los distintos trámites de productos importados-, que es un traje a medida para nuestra labor de gestión y en el que tenemos puestas muchas expectativas. Con este software se minimiza el margen de error de los operarios al tiempo que se optimizan los distintos procesos aduaneros y paraaduaneros.
- **L.P:** ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el gabinete jurídico?
- **P.T:** Viendo la nueva entrada en vigor del Código Aduanero de la Unión (CAU) y el riesgo que en nuestra profesión la nueva norma: somos responsables solidarios de la deuda aduanera y fiscal, este departamento tiene su relevancia a la hora de determinar qué riesgo se aplica a cada cliente.
- **L.P:** ¿Hasta qué punto la morosidad es un problema para las empresas de logística?
- P.T: "Es una cuestión muy importante en este sector aunque para mí sí tiene solución. De este modo, si un cliente me dice cuál es el riesgo de su empresa se lo podemos mostrar y, si quiere garantías, también se las podemos ofrecer pero hay que tener claro que nosotros establecemos las pautas y de ahí no nos podemos mover. Si tú estableces mecanismos adecuados para controlar la morosidad, ésta se lleva por el camino adecuado".



MURGI-CARGO

AGENCIA DE TRANSPORTES

Podíamos usar este espacio para ofrecer nuestra propia flota de camiones frigoríficos de última generación, nuestra experiencia en transporte internacional y nacional, la cartera de clientes a los que damos servicio, la certificación IFS...

Pero hemos optado por un valor inconfundible: **puntualidad**.

Avda. Nicolás Salmerón, 36 - 1ª. 04700 El Ejido - Almería. T. +34 950 488 130 | www.murgicargo.com





Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) Proyecto TRAILS

SUS FRUTAS Y HORTALIZAS

Desde PERPIGNAN ...

EN TODA EUROPA

DÍA A/B

DÍA A/C

DÍA A/D

DÍA A/E



+33 468 546 640 - communication@saintcharlesinternational.fr - www.public-saintcharlesinternational.com



saintcharlesinternational



tvsaintcharles

Consum optimiza su logística gracias al TEO y al

-consum-

Nodriza

Esta cadena es una de las grandes referencias para el consumidor en lo que a tiendas de proximidad se refiere. Sabedores de la importancia de un buen abastecimiento del producto, desde la empresa se afanan en mejorar diariamente su transporte.

POR · JUAN ARIAS a firma desarrolla su actividad en el sector de la distribución a través de una red comercial formada por más de 707 supermercados entre Consum y las franquicias Charter. Tiene una plantilla que supera los 14.364 trabajadores, más de 3.000.000 de socios-clientes y está presente en la Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha, Aragón y Andalucía.

La sede social de Consum está ubicada en la Avenida Alginet, 1, de Silla (Valencia), junto a la Plataforma de Mercancías Generales, cuyas instalaciones de almacenamiento cuentan con una superficie de 33.000 metros cuadrados y almacena productos de alimentación seca, droguería, perfumería y bazar.

QUART DE POBLET. En la lo-

calidad valenciana de Quart de Poblet se encuentra la Plataforma de Productos Frescos, que cuenta con una superficie total de 23.000 metros cuadrados entre las instalaciones de carnes, charcutería, lácteos, congelados y horno.

Otra plataforma, situada en Riba-roja, completa el abastecimiento de productos frescos a la red comer-



cial. Sus más de 12.000 metros cuadrados están dedicados a la distribución de frutas, verduras y pescado.

Manipulado de productos de IV Gama en una plataforma de distribución de Consum.

Consum cuenta, además, de varias plataformas en Barcelona: la de Mercancías Generales, en la Zona Franca, que cuenta con 92.000 metros cuadrados, y otra en el Prat de Llobregat, con 13.500 metros cuadrados. En Las Torres de Cotillas, Murcia, se ubica también la Plataforma de Integración Regional, que cuenta con 76.000 metros cuadrados.

SIN STOCKS EN FRESCOS. De hecho, para optimizar todos los procesos logísticos y llegar de forma más eficiente a sus clientes, Consum ha seguido desarrollando el proyecto de Transporte en Origen (TEO). Consiste en la gestión de la cadena de suministro desde el proveedor hasta las plataformas en Valen-

cia, Murcia y Barcelona, mejorando los tiempos, el trabajo sin stocks frescos y garantizando la cadena de frío.

Otro proyecto logístico importante en el que está Consum es el Nodriza, en el que los proveedores pueden descargar toda la mercancía en una única plataforma de la cooperativa en lugar de tener que repartir a todas las centrales.

que repartir a todas las centrales.

Posteriormente, los productos de distintos proveedores se reagrupan y transportan al resto de plataformas. En la actualidad, forman parte de este proyecto 140 proveedores y, en 2017, fecha de la que se tienen los últimos datos, se transportaron más de 346.000 palets de producto, un 93 por ciento más que durante 2016.



PROGRAMA TEO	2015	2016	2017
Empresas que participan	132 proveedores y 17 empresas de transporte	159 proveedores y 12 empresas de transporte	167 proveedores y 11 empresas de transporte
Porcentaje sobre el total de compras	63%	80%	80%
Volumen de mercancía transportada	585.000 palets	698.316	786.176 palets
Ahorro económico estimado	4.258.249 €	6.777.811€	7.201.133€
PROGRAMA NODRIZA	2015	2016	2017
Empresas que participan	47 proveedores	105 proveedores	144 proveedores
Volumen de mercancía transportada	60.000 palets	179.241 palets	346.438 palets
Ahorro ambiental estimado	868.000 km	2.539.063 km	4.787.300 km

Fuente: Memoria Consum 2017

Según se desprende de la Memoria de Consum correspondiente a 2017, este modelo aporta importantes mejoras a nivel económico y medioambiental, ya que permite un ahorro de más de 4,7 millones de kilómetros y ha favorecido la optimización de los transportes internos entre plataformas y, por lo tanto, "una eficiencia en los costes y en los procesos logísticos". Y es que, en el global de la cooperativa durante 2017 se distribuyeron más de 4 millones de palets de producto.

PLANIFICACIÓN DE RUTAS. La cooperativa también se ha centrado este año en un nuevo proyecto de Planificación de Rutas basado en una aplicación desarrollada entre personal de Consum y del Instituto Tecnológico de Informática (ITI). Esta herramienta facilita una planificación anticipada de rutas entre las plataformas logísticas y los puntos de venta, teniendo en cuenta la flota de vehículos disponible y las restricciones de cada tienda.

Por otro lado, han seguido renovando la flota de camiones para hacerla más sostenible. La cooperativa cuenta en la actualidad con 197 vehículos ecoeficientes, en línea con la directriz europea de reducir la emisión de gases contaminantes. Entre ellos destacan la renovación de 89 vehículos con motores Euro6 y 9 propulsados a gas natural licuado (GNL), fuente de energía limpia aplicada al transporte de mercancías.

Asimismo, y con el objetivo de ser más eficientes y solucionar los problemas de saturación de las zonas de expediciones en las plataformas, se ha iniciado un proyecto de distribución nocturna. Este proyecto, implantado en una primera fase en 14 supermercados, traslada parte de la actividad de distribución de la mercancía al tramo nocturno, consiguiendo reducir las distancias recorridas y evitando no sólo las emisiones de gases contaminantes, sino también la contaminación acústica.

Objetivos en 2018

La cooperativa valenciana de supermercados Consum logró en 2017 unos resultados de 51,7 millones de euros, un 10,47 por ciento más que el ejercicio anterior, y facturó 2.518,7 millones, lo que supone un aumento del 7,45 por ciento respecto a 2016. En 2017, la cuota de mercado nacional de la cooperativa por superficie aumentó un 0,1 por ciento hasta situarse en el 4,1 por ciento.

Su apuesta por las frutas y hortalizas frescas ha supuesto que esta sección represente casi el 9 por ciento de las ventas totales de la cooperativa, que cerró el año pasado con una facturación de 2.518, millones de euros, de los que más de 223 correspondieron a la sección de frutas y hortalizas.

El hecho de trabajar sin stocks en las plataformas y que el cliente tenga el producto fresco en 24 horas son aspectos que valoran mucho los consumidores de Consum, que ya es la sexta empresa española de distribución.

No obstante, y aunque las cifras de crecimiento son claras, desde la cooperativa quieren seguir en esta línea y se marcaron para 2018 objetivos claros como aumentar el 5,4 por ciento las ventas, la apertura de 13 tiendas más y 30 nuevas captaciones de franquicias.

Asimismo, y desde el punto de vista logístico, se plantearon renovar 50 camiones de la flota al estándar Euro6 y la incorporación de 2 máquinas de descarga contrapesada y 1.300 carros de compra de plástico para reducir ruidos.

Otra de las metas que se propusieron para el 2018, ya finalizado, fue la creación de 500 puestos de trabajo y el lanzamiento del 3º Plan de Igualdad.



-RENAULT TRUCKS-

Contará con un nuevo centro de I+D en Lyon

Renault Trucks construirá un nuevo centro sostenible de I+D en Lyon St Priest. El proyecto, que supone una inversión de 33 millones de euros, ocupará una superficie de 11.300 metros cuadrados y abrirá sus puertas el primer semestre de 2021.

e trata de un proyecto de envergadura que refuerza la proyección de la sede lionesa, con el segundo centro de I+D más grande del Grupo Volvo.

Este centro de I+D forma parte de un ambicioso programa de 5 años de duración, iniciado por Renault Trucks y el Grupo Volvo con el fin de preparar la marca para las innovaciones y reunir las distintas competencias en un centro neurálgico que re-

úna las condiciones óptimas para la investigación.

Todos estos procesos se integrarán en el seno de una estructura con una organización y un diseño de nueva concepción. Se centrarán en el desarrollo de proyectos

para la marca Renault Trucks, así como para otras marcas del grupo.

LOS PILARES FUNDAMENTALES. Para desarrollar sinergias, fomentar la innovación y garantizar el éxito de las próximas gamas de productos de Renault Trucks y del grupo, el nuevo centro de I+D de

Saint-Priest reunirá a más de 1.000 expertos –de los 1.400 ingenieros de las instalaciones de Lyon- y consolidará su lugar entre los 10 servicios de investigación y desarrollo más importantes de Francia. Desde Renault Trucks aseguran que la "proximidad, intercambio y fluidez" son los pilares fundamentales de una organización aún más competitiva. Cabe señalar que los ingenieros e investigadores estarán en contacto con los equipos de compras.

Esta decisión de ubicarlos en el mismo espacio tiene el objetivo de agilizar los intercambios entre los equipos y acelerar los procesos de validación y puesta en marcha de los proyectos de desarrollo de los futuros camiones.

Una ambiciosa optimización que conlleva también una ergonomía de los espacios totalmente nueva: el acondicionamiento de las instalaciones, concebido en tres niveles, favorece la transversalidad de los equipos, algo esencial para el éxito de los proyectos e innovaciones. La organización de las oficinas, los espacios abiertos, las salas de creatividad... todo el edificio ha sido concebido para favorecer la comunicación y la innovación.

MENOS CONSUMO DE ENERGÍA. Realizado por el gabinete Archigroup, junto a un experto en desarrollo sostenible, Etamine, el nuevo edificio consumirá un 25 por ciento menos de energía de lo que impone la reglamentación francesa. La concepción del nuevo centro se basa en las recomendaciones más recientes y exigentes en materia de «alta calidad medioambiental» -Environmental Certification NF HQE construcción sostenible-.

La inversión de 33 millones de euros que supone llevar a cabo esta nueva obra se ha optimizado examinando todo el ciclo de vida, teniendo en cuenta no solamente los costes de compra, sino también los costes de mantenimiento, energía, consumibles y gestión de residuos. Este nuevo centro I+D es el reflejo de un fabricante innovador, orientado hacia la eficacia y la sostenibilidad.

La "proximidad, intercambio y fluidez son los pilares fundamentales de una organización aún más competitiva"



You will find us at the Stand C-17 Hall 25
As 360 Quality partner

6.7.8 FEBRUARY



arola.com
informacion@arola.com











"La huella de carbono es uno de los puntos que nos hemos marcado con respecto a la sostenibilidad ambiental"

Sostenibilidad ambiental, huella de carbono, impacto medioambiental, son términos que no le son desconocidos a Christan Guerrero. De hecho, su firma tiene como objetivo reducir el impacto negativo que produce el transporte de mercancías por carretera.

POR · MANUEL FLORES Y DANIEL LAFUENTE

F&H ¿Qué valoración haces sobre el cálculo de la huella de carbono como ventaja competitiva para el transporte por carretera?

C.G: "En realidad, el cálculo por si no es una ventaja competitiva, a nuestro entender es lo mínimo que se puede hacer como empresa responsable: tener una idea real del impacto negativo que nuestras actividades generan. Nuestra política de sostenibilidad va más allá de esto, y es parte de nuestra estrategia corporativa".

LOS RETOS

F6H: ¿Cuáles son las exigencias ambientales? **C.G:** "Al hablar del transporte y medio ambien-



te, inmediatamente nos trasladamos al tema de la contaminación, y más concretamente las emisiones de CO2, que representan 25 por ciento del total. En Francia, por ejemplo, desde hace algunos años, todas las empresas de transporte están obligadas a informar cada año de sus emisiones de CO2. Es un primer paso".

F6H: ¿Cuáles son los nuevos retos normativos y legislativos del transporte por carretera? C.G: "La huella de carbono es uno de los puntos que se ha marcado Frío Guerrero con respecto a la sostenibilidad ambiental. De hecho, este año participa en el programa Eco-Logistics, que se trata de un programa creado y gestionado por Green Summun Consultoría Estratégica de Sostenibilidad con el objetivo fundamental de reducir el impacto negativo que produce el transporte de mercancías por carretera".

ESTRATEGIA

F6H: ¿Demandan vuestros clientes más apuestas por la sostenibilidad medioambiental?

C.G: "Como mencionaba antes, nuestra política de sostenibilidad es más amplia, pero uno de los puntos importantes es la reducción del impacto negativo en el medioambiente, producto de las emisiones de nuestros camiones. Hemos logrado integrar la sostenibilidad a la estrategia de nuestro negocio, por lo tanto, lo que para muchas organizaciones es un coste, para nosotros es valor añadido. Nos esforzamos para evitar el Green-washing en el que caen muchas compañías que hacen 'algo' solo para decirlo pero que la final no son consecuentes con el mensaje. Para ello, buscábamos un programa con proyectos internacionales, reconocidos y aceptados en la industria alimentaria, ya que además de estar certificados, todos cumplen con alguno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Estamos muy satisfechos con los servicios que nos presta Green Summun, ya que estamos logrando nuestros objetivos".



→ TRANSPORTE MARÍTIMO CEVA rechaza la oferta de compra de CMA CGM

La naviera francesa CMA CGM, que ya controla el 33 por ciento del accionariado de Ceva Logistics, ha lanzado una Oferta Pública de Adquisición de todas las acciones nominativas del operador. En concreto, ofrece 30 francos suizos (26,49 euros) por cada una, pero el Consejo de Administración no recomienda a los accionistas su venta.

El Consejo de Administración de Ceva, que cotiza en la Bolsa Suiza SIX, ha resaltado que la oferta presentada por CMA CGM es a un precio razonable, sin embargo, recomienda a los accionistas no aceptarla, ya que considera que, con el plan estratégico presentado para 2021, la empresa tiene potencial para alcanzar una cotización de 40 CHF por acción.

PLAN ESTRATÉGICO A 2021. El mencionado plan estratégico tiene como objetivo alcanzar en dicha fecha los 9.000 M\$ de facturación, gracias a un crecimiento orgánico del 5 por ciento anual y de la contribución de cerca de 630 M\$ de la actividad de freight management de CMA CGM, que será adquirida por Ceva como parte del acuerdo de la OPA.

Ceva pagará 105 M\$ en efectivo por esta división y le permitirá una mayor presencia de Ceva en el mercado marítimo.

Con ello, también se revisa al alza el EBITDA Ajustado para 2021, pasando de 380 a 470-490 M\$. Dentro del nuevo plan estratégico se acelerará el proceso de transformación de Ceva, se potenciará las ventas cruzadas con CMA CGM e incluso se reforzará la gestión de Ceva con algunos de los directivos de CMA.

ecs 360 LOGISTICS

You make it, we move it!

ECS360 Logistics Authorised Business Operator

ECS 360 provides an excellent logistical service, mostly in the transport of fruit and fresh products, thanks to the ability to store merchandise in special conditions. Our customs management team takes care of meeting customers' needs and proposing solutions best suited to international trade. In Algeciras' Port, we also offer Temporary Storage facilities (ADT), Warehousing Other Than Customs Warehousing (DDA), facilities authorised for Storage of Merchandise Destined for Export (LAME) and Customs Deposit (DA).

Through our company Logistika360 we control the whole flow of merchandise within the port dependencies, keeping our customers informed at every moment.



Tlf: +34 956 657 449 info@ecs360logistics.com www.ecs360logistics.com



-OPORTUNIDADES PARA EXPORTAR-

Inaugurado el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia tras siete años cerrado

Ubicado en Corvera, dispone de unas modernas instalaciones que garantizan la operación del tráfico aéreo en condiciones de máxima seguridad y aportan a pasajeros y usuarios los servicios necesarios de forma accesible y funcional.

ispone de una amplia zona para la logística lo que conllevará que muchas empresas de la Región puedan utilizarlo para la exportación de sus frutas y hortalizas. Hay que recordar que Murcia es una de las principales zonas exportadores hortofrutícolas con lo que la incorporación de esta nueva infraestructura puede suponer una baza muy importante a la hora de vender estos pro-

ductos en destinos a los que, hasta ahora, era difícil llegar bien por carretera o por vía marítima.

El campo de vuelo consta para ello de una pista 05-23 de 3.000x45m, una calle de rodadura paralela completa, una salida rápida en el aterrizaje por la cabecera 23, dos apartaderos de espera en ambas cabeceras y dos calles de acceso a plataforma.

DIMENSIONES. La plataforma de estacionamiento de aeronaves tiene una superficie de 74.000 metros cuadrados con diversas posiciones para aviones tipo B738/A321, B753/B763, B747 y de aviación general y corporativa/jets de negocio, así como dos puestos para helicópteros.

El servicio de control de tráfico aéreo, que corre a cargo de Ferronats (empresa participada por Ferrovial y NATS, el proveedor británico de servicios de navegación aérea, que presta servicio de control de torre en otros 9 aeropuertos españoles), abarca la fase final de descenso y la inicial de despegue, así como el movimiento de las aeronaves en tierra.

TERMINAL. El edificio terminal, con más de 37.000 metros cuadrados de superficie, consta de un gran vestíbulo en cuya zona de salidas existen 24 mostradores de facturación más uno de equipajes especiales. Tres filtros de seguridad dobles dan paso a la zona de embarque en la que hay 9 puertas de embarque (6 destinadas a vuelos a países no Schegen y 3 para países de la zona Schengen). Asimismo, la sala de recogida de equipajes está dotada de tres cintas más una para equipajes especiales. De aquí se accede al hall de llegadas del vestíbulo general, gran protagonista del interior del edificio.

CONEXIONES. El aeropuerto inicia su andadura con nueve conexiones a Reino Unido, dos con Bélgica, y una con Irlanda operadas por las aerolíneas Ryanair, easyJet y TUIfly. A Ryanair le corresponden siete rutas (Londres-Stansted, Londres-Luton, Manchester, East Midlands, Birmingham, Leeds-Bradford y Dublín), tres destinos a easyjet (Londres-Gatwick, Londres-Southend y Bristol) y dos rutas a TUIfly (BruselasCharleroi y Amberes).

Asimismo, la aerolínea Volotea ha anunciado que operará una ruta entre el AIRM y el Aeropuerto de Asturias a partir de mayo.

"La plataforma de estacionamiento de aeronaves tiene una superficie de 74.000 metros cuadrados con diversas posiciones para grandes aviones"



Operaciones de carga de un buque cargero en el puerto de Dakar.

Senegal apuesta por la vía marítima con el PAD

El crecimiento del Puerto Autónomo de Dakar es clave en el desarrollo exportador hortofrutícola del país subsahariano, que aún tiene que mejorar mucho sus servicios logísticos.

POR · JUAN ARIAS

enegal se está convirtiendo en los últimos años en una de las grandes referencias en la exportación hortofrutícola y una de las principales del continente africano. De hecho, según fuentes del Ministerio de Agri-

cultura y Equipamiento Rural, las exportaciones senegalesas superaron en 2017 las 100.000 toneladas, situándose cerca de las 106.200 toneladas, un 20 por ciento más que el año anterior.

Estas cifras dejan bien a las claras la buena salud del sector agrícola senegalés y su posición de líder en la Comunidad Económica de los Estados de África Occidental. Este despegue no habría sido posible si el país subsahariano no contara con un puerto de referencia.

Debido a su excelente ubicación, el Puerto Autónomo de Dakar (PAD) ocupa una posición estratégica en la intersección de líneas marítimas que unen distintos continentes amén de conexiones con España a través de los puertos de Las Palmas, Valencia o Algeciras, entre otros.

Según el estudio elaborado por Esther Marquiegui para el ICEX, el tráfico del PAD ha aumentado considerablemente desde los 12 millones de toneladas en 2013 a los 18 millones de toneladas que se registraron en 2017. Y es que este puerto registra el 90 por ciento del comercio exterior del país y es una puerta de entrada de mercancías de países como Malí.





El puerto español que más ha exportado al PAD es el de las Palmas, con 227.698 toneladas. Detrás del puerto canario se sitúan los de Valencia, con 185.904 toneladas, y Algeciras, con 173.517 toneladas. No obstante, el puerto que más importaciones senegalesas ha recibido es el de Algeciras, con 55.691 toneladas, seguido del de Santa Cruz de Tenerife, con 28.517 Tn y el de Valencia, que registró 16.916 Tn. En cuanto a los precios, el coste de envío de los contenedores de 20 pies es de aproximadamente 1.200-1.400 euros, siempre que sea mercancía estándar. Si la mercancía es peligrosa o se trata de un contenedor reefer, el coste se encarece aproximadamente hasta 2.300-2.500 euros. El precio para los contenedores de 40 pies es de 1.500-1.800 euros, aproximadamente, y si son refrigerados, unos 2.500 a 2.800 euros.

A esto hay que añadirle otros, como el del transitario o el de descarga en la terminal de contenedores que, sin contar los gastos de aduanas, pueden suponer un encarecimiento de mil euros más. Además, si la mercancía no sale del puerto antes de los diez días, hay una sanción de unos 20 € al día. Por lo que respecta al transporte por grupaje, un palé de 500 kilos suele costar en torno a los 200 euros. Además, al no ser una forma de transporte muy común, a veces se demora la gestión hasta completar un contenedor.

Según señalan en el estudio realizado por Marquiegui, el "puerto de Dakar es caro, ya que el coste del transitario y el de la terminal son elevados si se comparan con otros puertos". De hecho, según señala, "las gestiones portuarias en Dakar son diez veces más caras que en puertos europeos".

capacidad para 900.000 TEUS. La extensión del PAD es de 3.260.000 metros cuadrados y se divide en dos grandes zonas. La Sur alberga los muelles 1, 2 y 3, una zona militar y los talleres de reparación naval. Por su parte, en la Norte se ubican los muelles 4, 5, 8, 9, la zona petrolífera y el denominado muelle pesquero.

La zona sur recibe mercancía de carga general, el 20% del tráfico de contenedores, el tráfico de tránsito a la República de Malí y el tráfico de pasajeros. Está equipada con 3 embarcaderos RO-RO, 12 para carga general, 2 para remolcadores, barcos patrulleros y lanchas.

En cuanto a la terminal de contenedores, se sitúa en la zona Norte y su capacidad es de 900.000 TEUs, según datos del informe elaborado por Marquiegui y correspondientes a 2017.



El puerto de Dakar tiene una función clave en la importación y exportación de este país subsahariano. Es la única vía de acceso a los grandes mercados internacionales y, además, recibe gran parte del transporte de larga distancia con destino Malí. En este sentido, el PAD es el segundo puerto más importante de la subregión, tras el de Abiyán (Costa de Marfil), con una capacidad de 2.749 buques, según cifras de 2016. En este sentido, cabe recordar que el tránsito desde Malí creció un 32 por ciento. El PAD cerró 2017 con un tráfico total de 18 millones de toneladas. Según datos del estudio elaborado por Marquiegui, entre 2016 y 2017, el número de desembarques creció un 15 por ciento.

CRECIMIENTO DEL 104%. En cuanto a la terminal de contenedores, ha crecido en los últimos años un 104 por ciento. Este crecimiento se debe, principalmente, a que Senegal "se ha convertido en la puerta de entrada y de salida de Malí con un 90 por ciento del tráfico", tal y como deja claro Marquiegui en su estudio para el ICEX. En este sentido, hasta 2015, gran parte de este tráfico pasaba por el Puerto de Abiyán, mientras que, a día de hoy, el 30 por ciento del tráfico total de contenedores del PAD pertenece a mercancías con destino Malí o de procedencia de este país.

Esa vinculación con Malí y sus conexiones con puertos de, prácticamente, todos los continentes ha generado el aumento de las importaciones y la implantación de líneas marítimas muy importantes en el tráfico de contenedores con frutas y hortalizas.

Las principales navieras que operan en el PAD



Panorámica del Puerto Autónomo de Dakar. son CMA, MSC y MSK, que "se mantienen estables pese a la aparición en el mercado de nuevas líneas". A día de hoy, hay más de 15 líneas operativas y, "a pesar de que la cuota de mercado está más repartida, el volumen

de negocio de las empresas aumenta, lo cual refleja el crecimiento del mercado senegalés".

Existen varias empresas transitarias que unen el PAD con Europa y más particularmente con España. Estas son Boluda, Grimaldi y DAMCO, perteneciente al grupo Maersk.

TODAVÍA MUCHO QUE MEJORAR. Pese al crecimiento del PAD, las oportunidades de Senegal se ven enturbiadas por la falta de más servicios logísticos y administrativos con los que responder a las necesidades de exportación. La agencia Asepex 'peina' las oportunidades para sumar inversores internacionales. Senegal no duda en hacer gestos a los inversores internacionales para que contemplen a esta zona productiva como proveedor presente para los mercados europeos, africanos y árabes. La Agence Sénégalaise de Promotion des Exportations (Asepex) es el 'lobby' encargado de promocionar las oportunidades de Senegal tanto en la proyección de las oportunidades de Senegal como en la captación de inversores.

Bajo el lema 'Your trade partner in Senegal', la Asepex trata de desarrollar el marco ideal para que las empresas operen en Senegal y vean en este destino un área de producción a desarrollar.

Aunque desde Asepex se traslada que el tiempo logístico es asumible con siete días por barco desde Dakar hasta Algeciras; un día por la vía terrestre al

Fuertes en mango, patatas y tomate cherry

El mango es uno de los productos con los que Senegal quiere dar un golpe en la mesa de la exportación mundial. Según fuentes del Ministerio de Agricultura, en 2018, exportó 18.395 toneladas de esta subtropical, lo que supone un 9,3 por ciento más que en 2017. Además, el país podría vender al exterior 50.000 toneladas de esta fruta.

No obstante, el mango no es el único producto en el que este país va a crecer de manera importante, puesto que en la campaña 2017/18 registró incrementos en hortícolas como las patatas, con un 33 por ciento, tomates cherry, un 85 por ciento, y tomates para industria, con un 150 por ciento. En melón, en la tipología piel de sapo, principalmente, Senegal también destaca con una importante producción al aire libre con la que abastece a Europa durante los meses de invierno. De hecho, muchos marquistas buscan en las producciones senegalesas un producto que se caracteriza por su sabor y buena postcosecha, que es capaz de llegar en excelentes condiciones a las lineales de los principales distribuidores europeos.

Lo mismo ocurre con la sandía ya que muchos operadores de esta cucurbitácea han elegido este país para producirla y así abastecer al mercado durante todo el año.

Otra de las referencias en las que Senegal está creciendo debido a su competitividad en la mano de obra es en berries, sobre todo, la fresa y el arándano. Aunque en un inicio eran producciones testimoniales, en las dos últimas campañas, la superficie ha crecido de manera notable viendo el buen rendimiento que está generando a los productores esta fruta.



sur de Marruecos, cruzando Mauritania o 10 horas por avión a Dubai, la realidad es que se trabajan diferentes proyectos para mejorar estos tiempos. Actualmente, la mayoría de las operaciones logísticas de mango de Senegal son por vía marítima -88 por ciento-, seguido de un ocho por ciento en el uso del camión para el mercado de Marruecos y un cuatro por ciento en avión tanto para Europa como Oriente Próximo.

→ ITALIA

Carrefour se quita trabajo logístico con el formato 'Rurale'

Carrefour ha empezado a abrir el nuevo formato 'Rurale', un modelo de tienda ubicado fuera de las grandes ciudades o en zonas de extrarradio, con una superficie de 700 metros cuadrados.

La principal novedad de este formato de tienda es que cada punto de venta podrá realizar compras directas a los productores de la zona hasta sumar un total de 70 referencias.

Serán los propios administradores de cada tienda los encargados de realizar la labor logística de trasladar el producto del campo al lineal sin pasar por la plataforma regional de Carrefour.

De esta manera, Carrefour continua con la estrategia de innovar en el formato comercial en Italia "con fórmulas que atraigan a la clientela", señaló Roberto Simonetto, director de los supermercados Carrefour en Italia.

→ FIN AL PLÁSTICO Marks & Spencer ofrece 90 categorías de F&H a granel

El fin del plástico y el packaging va en serio en el Reino Unido. La cadena elitista Marks & Spencer, caracterizada por usar mucho envase en sus unidades de venta, ha lanzado desde la segunda quincena de enero un total de 90 líneas de frutas y hortalizas a granel.

Lo ha hecho en la tienda de Tolworth, según adelanta



ENERO 19

Marks & Spencer, para conocer la reacción de la clientela de la cadena. La distribuidora lo hace por dos motivos: reducir la presencia del envase en la frutería y reducir el desperdicio alimenticio mediante la compra por piezas a granel. La cadena tiene pensamiento de reducir el plástico en la sección frutería en 17 tiendas antes de acabar enero e ir aumentando la presencia

del granel en todas las tiendas a medio plazo. Marks & Spencer señala que con esta medida reducirá la presencia de plástico en la sección frutería en 580 toneladas en los dos próximos años.

Tesco reduce las referencias de la frutería

La cadena británica va a reducir de manera drástica el número de referencias en el lineal de frutería para ganar en competitividad y reducir los costes logísticos.

POR · RAFAEL I. LOSILLA

esco se prepara para realizar una fuerte reestructuración de sus tiendas, de sus trabajadores y de sus categorías de frutas y hortalizas. La cadena ha decidido adelgazar el número de referencias para ganar en competitividad.

La cadena ha sido una de las más agresivas en incorporar nuevas referencias y en probar nueva gama de productos en frutas y hortalizas frescas para llamar la atención de los consumidores en plena guerra de

mercados con los 'discounts' germanos. Ahora la cadena trabaja en simplificar el estocaje de los lineales tras comprobar que muchas categorías no han traído una



Tesco no quiere sumar más de 15 referencias en tomate.

mejor posición de Tesco, sino unos costes estructurales y logísticos importantes.

EJEMPLOS. Tesco se ha caracterizado por sumar hasta 25 referencias en tomate en algunas de sus tiendas. Ahora, la cadena no quiere sumar más de 15 referencias.

Y esta reducción va a seguir un criterio muy objetivo: costes y ventas. Y dentro de los costes: los logísticos. La cadena ha empezado a quitarse referencias para reducir el 'staff' de trabajadores logísticos y trabajar "según las horas necesarias para llenar los lineales de referencias que suman", señalan desde la cadena.

El tomate no va a ser la única categoría que va a reducir el número de referencias. También están en seguimiento la fruta de pepita, las patatas y alguna de gama de exóticos y tropicales.

Tesco no sólo va a reducir el número de referencias en el lineal de frutería, sino que va a incorporar más producto 'easy to eat' y 'convenience' en detrimento de los productos de I gama.

Y es que "necesitamos adaptarnos continuamente para seguir siendo competitivos y responder a como los clientes quieren comprar", afirma Jason Tarry, director ejecutivo de Tesco en Reino Unido.













Jumbo utilizará plataforma de **Zeeland para** distribuir en **Bélgica**

a holandesa Jumbo abrirá una docena de tiendas en Bélgica a partir del cuarto trimestre de 2019, según adelanta el confidencial Retail Detail. La cadena usará la nueva plataforma que prepara en la región de Zeeland para distribuir a las tiendas que abra en Bélgica.

Jumbo abrirá tiendas bajo sus tres modelos, lo que supone la incorporación del concepto Foodmarkt, aunque la cadena no ha señalado cuando la abriría.

Con la apertura del formato Foodmarkt, "pretendemos mostrar nuestra experiencia en productos frescos y ofrecer nuestro amplio surtido en productos saludables, diferentes y



frescos", señala Frits Van Eerd, CEO de Jumbo. Jumbo da estos pasos hacia Bélgica tras cerrar un 2018 muy satisfacto-

Imagen de los hipermercados Jumbo Foodmarkt en Holanda.

rio en global en Holanda, donde ha abierto 33 tiendas.

→ PORTUGAL Lidl nombra como CEO al director logístico

Se llama Alexander Frech y a partir de marzo de 2019 será el nuevo director general de Lidl en Portugal. Frech es actualmente el director de la División Logística de la cadena en Portugal y ocupará el puesto de CEO por haber consolidado la propuesta de Lidl en Portugal en competencia directa con Pingo Doce. Frech lleva trabajando en Lidl durante 10 años en diferentes países y la nueva estrategia en Portugal pasa por aumentar el negocio en este destino, donde hoy cuenta con 250 tiendas, cuatro plataformas de distribución y un grupo de 6.500 profesionales.

Lidl Portugal no ha adelantado ni las inversiones, ni el número de aperturas durante 2019 ni los planes de futuro de las tiendas actuales.





COSTA RICA

Un país productor de tropicales que también mira la importación

Costa Rica es un referente en la producción y comercialización de tropicales y banana pero a su vez demanda frutas y hortalizas procedentes de la importación para abastecer a su población.



POR · DANIEL LAFUENTE

l más reciente estudio de tendencias del Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA), detalla que los cultivos de mayor consumo en el país son las bananas, naranja, piña y sandía, en la categoría frutas, mientras que en el grupo de verduras y legumbres destacan la patata, tomate, repollo y chayote.

El comportamiento del consumo de frutas y hortalizas en los hogares costarricenses ha experimentado variaciones duran-

te los últimos años. Entre las razones por las cuales los hogares incluyeron estos productos en su dieta diaria son principalmente el valor nutricional y el gusto propio.

El comportamiento hacia el consumo de frutas ha variado en los años registrados. En el año 2002, el consumo per cápita era de 168.81 kg, para los años 2003-2004 presentó una disminución de 27,4 kilos, para registrar en el año 2009 el menor consumo de 136,1 kilos. Después de este año el comportamiento fue incrementando registrando casi 156 kilos para 2012 y para el año 2016 los hogares costarricenses están

consumiendo en torno a los 175 kilos anualmente, siendo los niños con edades comprendidas entre los 0-12 años los principales consumidores y en segundo lugar los adultos de 22-59 años.

Las frutas que más se consumen en los hogares costarricenses son en primer lugar el banano, seguido de la manzana y en tercero papaya. Sin embargo dentro de los resultados se ha podido identificar el consumo de otras frutas importadas como la fresa, mandarina, uva y pera, entre otras frutas.

HORTALIZAS. El comportamiento con respecto a la ingesta de hortalizas al igual que el de frutas ha variado también acomodándose a las diferentes modas y tendencias de consumo. De hecho, en 2002, el consumo per cápita era de 98,3 kilos, por los 80,1 registrados durante los años 2003-2004.

Después de este ejercicio el comportamiento fue incrementan-

do registrando 100.48 kg para el año 2012 y para el año 2015 los hogares costarricenses están consumiendo 112,5 kilos anualmente, siendo los adultos con edades entre 22-59 años los principales consumidores en segundo lugar los niños de 0-12 años.

Las hortalizas son consumidas principalmente en el almuerzo y las más consumidas por los hogares costarricenses son en primer lugar el tomate, en segundo la patata y en tercero repollo.

PUERTOS. Los dos puertos marítimos más importantes de Costa Rica son Puerto Limón y

el puerto de Caldera, o Puerto Caldera. Puerto Limón es principal puerto situado en la costa del mar Caribe y el mayor de todo el país. En cambio, Puerto Caldera es el mayor y más importante puerto de Costa Rica en la costa del océano Pacífico. Otro puerto importante es el de Puntarenas, de hecho fue desde hace mucho tiempo, el Puerto por excelencia del pacífico costarricense y, por último destaca el puerto de Punta Morales que alberga la Terminal Portuaria.



ALEMANIA REINO UNIDO HOLANDA ITALIA AUSTRIA ESPAÑA

REPÚBLICA CHECA PORTUGAL BÉLGICA FRANCIA NORUEGA

RUMANÍA DINAMARCA POLONIA SUECIA BULGARIA HUNGRÍA

LUKEMBURGO MARRUEGOS GRECIA CROACIA FINLANDIA

ULDANIA ESLOVINIA ESTONIA SUIZA IRLANDA SERBIA





PARIDA

LOGISTICS
SINCE 1923



ALGECIRAS



www.partidalogistics.com