

100 1919  
100 2019



Conviene hacerse varias preguntas a tenor de esos datos ¿Qué está pasando? ¿Por qué somos incapaces de acceder a mercados terceros de ultramar? ¿Porque no damos la talla en esa batalla extra-europea? Para mí está clara la respuesta: logística y transporte. Modestamente he tratado de explicar en los últimos 25 años en diversos artículos y estudios mi opinión sobre cómo debe plantearse este asunto. Hay que crear o disponer de plataformas de expedición en origen cerca de los puertos y de comercialización en destino también aprovechando las plataformas intermodales en torno a los puertos, que son absolutamente imprescindibles para acceder a destinos extracomunitarios lejanos que requieren de una programación previa.

### CUESTIÓN DE LOGÍSTICA

Hablando en términos de logística pura, ya no valen los contenedores refrigerados (reefer containers) que utilizan una parte de los barcos de carga general o carga seca: hay que ir hacia la utilización de barcos exclusivos de 250-300 contenedores refrigerados que permitan incrementar los volúmenes dirigidos a destinos a los que aún no se está llegando significativamente, principalmente en el Golfo Pérsico y en Norteamérica aprovechando, por ejemplo, las facilidades de acceso del Acuerdo UE/Canadá.

Mientras el sector exportador no afronte este tema con seriedad tendremos perdida la batalla. Hacen falta grandes operadores globales, que ya los tenemos, que apuesten decididamente por esta idea. ¿Por qué los exportadores latinoamericanos llegan por barco a Norteamérica, Europa y Asia con facilidad y a los españoles les cuesta tanto? El caso de la exportación chilena es tal vez el mejor ejemplo de eficiencia en optimización de la logística y transporte, teniendo en cuenta su lejanía a sus principales mercados de destino. Exporta entre 2,5-3 millones de toneladas anualmente y casi exclusivamente por barco a los mercados asiáticos (China principalmente) y a Norteamérica y Europa, a través del canal de Panamá en travesías que duran más de tres semanas a todos los destinos. Y con productos que exigen un buen manejo de la fruta como son uva de mesa, arándano y cerezas entre los más destacados.

Hay que dar un paso adelante que permita incrementar la exportación a países terceros en 1 o 2 millones de toneladas/año y así desarrollar la logística y el transporte marítimo que sigue siendo nuestra asignatura pendiente. ■

### BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ RAMOS, José (2013). "Retos de la exportación hortofrutícola española. Mejora de la logística e internacionalización de las empresas". Distribución y Consumo. Nº 128. Vol. 3. 2013.
- ALVAREZ RAMOS, José (2018). "Comercio exterior español de frutas y hortalizas. Motivos para el optimismo". Distribución y Consumo. Nº 153. Vol. 3. 2018.

COLOGNE,  
05. – 09.10.2019

AMAZING

Meet old and new friends.  
Priceless networking  
since 1919.

Secure admission tickets at  
[www.anuga.com/tickets](http://www.anuga.com/tickets)

SGM Ferias & Servicios S.L.  
Núñez de Balboa, 94 - 1º C  
28006 Madrid  
Tel. +34 91 3598141  
Fax +34 91 3500476  
info@koelnmesse.es

