



Puestos de CMR en Mercabarna. Foto facilitada por CMR

El sentido de la internacionalización. La experiencia de CMR

■ **Carles Martí Sousa**
Presidente de CMR Group

S más que evidente que desde hace ya mucho tiempo vivimos en un mundo globalizado, y ello no se ha generado únicamente con la puesta en boga de los modernos sistemas de comunicación electrónica, como a veces se suele argumentar.

Ya la actividad de comercio ejercida en tiempos remotos por los fenicios, griegos y romanos, a través del Mediterráneo, les daba apertura a nuevos horizontes de expansión, intercambio de productos y abastecimiento, que eran imposibles de desarrollar

manteniendo solo una actividad sedentaria. Eran los albores de la internacionalización.

En la Edad Media, los comerciantes venecianos y genoveses siguiendo iniciativas como las de Marco Polo, forjaron una política mercantil abierta y dinámica, para desarrollo de relaciones comerciales más allá de su territorio inmediato.

Hoy en día sería inimaginable un progreso y crecimiento económico sin la existencia de grandes flujos de comercio internacional que, a modo de vasos comunicantes entre las partes, equilibran y ayudan al desarrollo y estabilidad de zonas y países carentes de determinados productos.

El comercio internacional genera riqueza en su país de origen al productor, fabricante y exportador de mercancía o incluso servicios, que son de interés para los países importadores demandantes y receptores de los bienes ofrecidos, bajo la lícita actividad del comercio. Es en consecuencia una de las más importantes actividades estabilizadoras de la mano de obra en los estratos sociales del país productor, generándoles riqueza.

España, sin la exportación en 2021 de 13,4 millones de toneladas de frutas y hortalizas, con un valor de 15.680 millones de euros, importados por el sector alimentario de los diferentes mercados de destino, afrontaría mayores dificultades para su desarrollo económico.

La disponibilidad de un producto hortofrutícola en cualquier época del año, gracias a la mejora del transporte y su condicionamiento a lo largo de las últimas décadas, permite actualmente al consumidor

La disponibilidad de un producto hortofrutícola en cualquier época del año, gracias a la mejora del transporte y su condicionamiento a lo largo de las últimas décadas, permite actualmente al consumidor español poder tener a su alcance productos de contraestación cuya oferta local ya no está disponible, ampliando así sus opciones de decisión y libertad de compra

español poder tener a su alcance productos de contraestación cuya oferta local ya no está disponible, ampliando así sus opciones de decisión y libertad de compra.

Al igual que, y por la misma razón, los consumidores de otras zonas geográficas pueden acceder a productos españoles de exportación cuando su fase de producción llega a su fin o bien cuando su oferta hortofrutícola local no incluye los productos de nuestra rica y extensa huerta, mejorando de esta forma nuestra balanza económica con los mismos.

DEL COMERCIO LOCAL A LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

CMR es una empresa familiar dedicada a la comercialización mayorista de productos hortofrutícolas, que ha vivido a lo largo de sus más de 140 años de



Almacén de CMR en Brasil. Foto facilitada por CMR

historia situaciones y circunstancias que sus fundadores y miembros de las siguientes generaciones, han ido tejiendo y modulando, para crear una cultura de actividad comercial no limitada al cliente cercano, ni a los orígenes de la producción, siempre que los productos foráneos, por su calidad y novedad, fueran de interés para el mercado.

La operativa inicial, como base de su futura trayectoria, era y es la de dar servicio de venta a la producción frutícola local y comarcal, pero con miras a la expansión, generando ya, recién terminada la primera guerra mundial, exportaciones al mercado francés. Esta dinámica fue sentando las bases para gestionar ofertas de otros productos para el mercado español en épocas posteriores de gran demanda y baja producción nacional.

Hablar de peras de Italia y Países Bajos, endivias de Bélgica, piña tropical de las Azores, radicchio del Véneto, frutos exóticos de Colombia y un largo etc., en los años 1970/1980, y continuar con productos de contraestación de Chile, Argentina, Brasil, Perú y Sudáfrica, evitando el solapamiento con la producción española, fueron el inicio de una internacionalización que nos llevó a ser referentes en el mercado en la década de los 2000.

Dado que los productos que comercializamos son perecederos, fueron creadas las infraestructuras adecuadas, con modernos equipamientos frigoríficos y de logística en los mercados mayoristas de Mercabarna y Mercamadrid, para desarrollar después de la operativa regional y nacional, una amplia gestión para consolidar la continuidad y crecimiento al que fue, un incipiente proyecto de comercio hortofrutícola local iniciado a finales del siglo XIX.

SIEMPRE CRECIENDO HACIA NUEVOS MERCADOS

La demanda del mercado europeo en lo referente a productos hortofrutícolas ha quedado por lo

general cubierta en las últimas décadas, incluso en los tiempos de pandemia, teniendo una gran influencia en ello la exportación agrícola española. No obstante, un importante volumen de la importación comunitaria, concretamente 16,7 millones de toneladas en 2019 era originario de países extra-comunitarios.

CMR ha tratado este factor a lo largo de los últimos años, con la gestión de importación destinada principalmente a Europa, Países del Este y Magreb, creando puntos de recepción gestionados por equipos propios en las filiales constituidas: CMR Holland, CMR France, CMR Portugal y CMR Maroc, para un más eficiente desarrollo de la operativa comercial en los mercados objetivo, con el mismo sistema y filosofía de servicio a los exportadores remitentes de las mercancías y atención y servicio a los clientes en cartera.

EN CONTINUO CRECIMIENTO Y EVOLUCIÓN

Teniendo en cuenta la expansión propia del proyecto empresarial que se desarrollaba, se configuró CMR Group, a través del cual, con la profesionalización de la dirección general y la gestión comercial, (ya en la quinta generación familiar), se ha llevado a cabo una adecuación del equipo humano y de sistemas que permiten mayor eficiencia en la operativa internacional, conocimiento de la situación de los mercados, y planificación de volumen y destinos en las campañas correspondientes, mediante una digitalización integral de los procesos de importación-exportación y su seguimiento en tiempo real.

Asimismo, siendo conocedores de la tendencia actual del mercado en lo referente a calidad y valor añadido, que requiere el sector de comercialización y distribución en destino y para mayor garantía del consumidor, CMR ha implantado en sus diferentes filiales las certificaciones ISO, IFS Logística, IFS Broker, IFS Food, Fairtrade e IGP Canarias, así como

CMR ha seguido desde hace tiempo con mucho interés el proceso de sostenibilidad medioambiental, anticipándose incluso a las normativas más recientes. Los almacenes logísticos de Mercabarna y Mercamadrid disponen de sistemas de captación y almacenaje de la precipitación pluvial, con una capacidad total de 2.000 m³, para la refrigeración de los condensados evaporativos de las instalaciones frigoríficas

Fruit Attraction 2022

Del 4 al 6 de octubre se celebrará la 14 edición de Fruit Attraction. Nuestras previsiones son optimistas con unas cifras de participación similares a las del año 2019, con 90 mil profesionales y alrededor de 1.800 empresas. Unos parámetros que tanto para IFEMA MADRID como para FEPEX, organizadores del evento, ponen de manifiesto el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar la feria como instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

Fruit Attraction es una historia de éxito para IFEMA MADRID y para el sector ferial español e internacional. Un salón que nació en 2009, en el inicio de una larga y profunda crisis económica mundial, y que sin embargo fue capaz de convertirse en tan solo algo más de una década, en una referencia global para el negocio de este sector, así como en uno de los activos más emblemáticos de Madrid y de España, correspondiendo a la fortaleza productora y exportadora de esta industria.

Siempre con la vista puesta en cómo podía prestar el mejor servicio a los productores de frutas y hortalizas y al sector auxiliar, Fruit Attraction se ha consolidado entre los eventos de negocio imprescindibles en su ámbito. Hace unos meses clausuramos la décimo tercera edición; una convocatoria muy especial que confirmó la necesidad y la efectividad de las relaciones presenciales.

Desde luego en 2021 tocaba sumar; tocaba estar para seguir empujando. Estamos muy agradecidos por la confianza de las empresas y del conjunto de la industria este año; sentimos sus ganas de sumar y aportar al gran instrumento internacional de nuestro sector hortofrutícola. De hecho el claim de la feria para este año es “Proud to be Fruit Attraction” que es lo que nos transmiten las empresas que forman parte de la feria.

Y, ahora, ya centrados en 2022, Fruit Attraction volverá a ser este instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

La innovación, la calidad y la diversidad son los principales argumentos de Fruit Attraction por los que operadores y retailers de todo el mundo aprovechan para planificar sus campañas en un momento clave. De esta manera, un año más toda la cadena de valor del sector hortofrutícola volverá a reunirse en el salón.

A las ya reconocidas áreas Fresh Produce e Industria Auxiliar, se suma como novedad una nueva área monográfica, startup's hub, dedicada a empresas de nueva creación, tanto del segmento Fresh Produce, como Industria Auxiliar.



De nuevo, Fruit Attraction potenciará Fresh Food Logistics, la plataforma sectorial al servicio de la logística, el transporte y la gestión de la cadena de frío para alimentos frescos. Una convocatoria única en la Unión Europea, profesional e hiperespecializada, que reúne bajo un mismo techo a todos los actores de la cadena alimentaria de frío dirigido.

Asimismo, vuelve a apostar por las soluciones de transformación a través de la innovación, de la sostenibilidad y de la digitalización con el Área Smart Agro -productos innovadores que apliquen tecnologías de la información al sector hortofrutícola-, y Biotech Attraction -investigación y desarrollo tecnológico en agrobiología/biotecnología vegetal-.

En esta ocasión, al potente Programa de Compradores Internacionales vuelve a sumarse la iniciativa Países importadores invitados, con Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Canadá como protagonistas. Una acción que favorecerá las relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea y estos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria, sesiones de B2B. Con todo ello, Madrid, que volverá a convertirse en capital mundial hortofrutícola, recibirá a más de 1.000 compradores, jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo.

servicios de control de calidad con avanzada tecnología para garantizar la operativa que se precisa para la gestión del producto nacional y la importación y exportación, con el objeto de atender la demanda sin ruptura de un servicio de calidad.

SOSTENIBILIDAD Y COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

CMR ha seguido desde hace tiempo con mucho interés el proceso de sostenibilidad medioambiental, anticipándose incluso a las normativas más recientes. Los almacenes logísticos de Mercabarna y Mercamadrid disponen de sistemas de captación y almacenaje de la precipitación pluvial, con una capacidad total de 2.000 m³, para la refrigeración de los condensados evaporativos de las instalaciones frigoríficas.

Dispone asimismo en la totalidad de la superficie de dichas dependencias de la instalación de placas fotovoltaicas que generan para consumo propio una potencia de 1.240 kW, que cubren un 80% de la energía requerida, a la vez que evita la emisión de 550.000 Kg/anuales de CO₂, o el equivalente a la plantación de más de 35.000 árboles.

AGRICULTURA REGENERATIVA

CMR Brasil, filial productiva del grupo en Rio Grande do Norte está en pleno proceso de adaptación a una agricultura regenerativa, potenciando el valor del suelo como clave de sostenibilidad. Introduciendo medidas de racionalización del manejo del riego, disminuyendo la fertilización inorgánica y reduciendo la utilización de agroquímicos.

La puesta en marcha de todos estos procesos, conducirán al cultivo de unos productos que requerirán un menor uso de insumos postcosecha, obteniendo un fruto más sano y de sabor más intenso, al mismo tiempo que se contribuye a regenerar los suelos, evitando la deforestación y la contaminación de los acuíferos. Cabe destacar que la empresa dispone, para una exportación garantizada y de calidad de las certificaciones GLOBAL GAP y GRASP para su producción en Brasil.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Dentro de este capítulo, CMR ha mantenido un alto compromiso de colaboración con el entorno de las zonas productivas desde las que importa productos hortofrutícolas, aportando ayudas a la producción y creación de nuevas líneas de expansión comercial:



Nave de CMR en Mercamadrid. Foto facilitada por CMR

- Colaboración con el agricultor local para el mayor valor de su producción y mejor resultado de comercialización.
- Ayudas a nuevas zonas productoras emergentes de Namibia con envío de material informático y de oficina para alfabetización de personal rural.
- Participación en el programa de ayuda a las Mulheres Travallistas Rurais, auspiciado por la Embajada Española en Brasil.
- Formación de Técnicos y Capataces en zona del estado de RN Brasil para producción agrícola sostenible y cero residuos.
- Capacitación de becarios para su formación profesional.

DIVERSIFICACIÓN

En CMR trabajamos también con el objetivo de la diversificación de la oferta; por ejemplo, con la puesta en mercado de producto con alto valor añadido, especialmente en aguacate, mango, uva de mesa, plátano y banana. Para ello, se han instalado modernos equipamientos de premaduración en sus propias instalaciones.

Asimismo, se producen y comercializan helados 100% de fruta natural sin aditivos, para incentivar el consumo de productos naturales a todo tipo de consumidores en cualquier época del año.

Todo ello, realizado con la misma pasión, dedicación y continuidad en la actividad desempeñada por CMR a través de los años para formar parte, con nombre propio y orgullo, del comercio hortofrutícola que evoluciona hacia la internacionalización. ■