



Exterior
Comercio
de Frutas y
Verduras



SAVINO DEL BENE

Global Logistics and Forwarding Company



We deliver your projects

VALENCIA HEADQUARTERS

C/ Dr. J. J. Dómine, 18 A - 46011 Valencia

Ph. + 34 963 241 350 - Fax: +34 963 672 003

www.savinodelbene.com

Staff



Editor
Carlos Vicedo Alenda



Directora
Cristina Saiz Soriano



Comunicación
Marta Penide Bastida



Redactora
Nuria Vicedo Miralles



Community Manager
Sandra Saiz Soriano



Diseño/Maquetación
Pilar Sanz Albuixech



Administración
Cristina Estrada Vicente



Administración
Rosa Cabello López

DISTRIBUCIÓN: José Vicente Más
Manuel Romero Freire

EDITA: Valenmar S.L.

VALENCIA

C/ Dr. J.J. Dómine, 5-1ª-1ª
46011 VALENCIA • Tel.: 96 316 45 15
Fax: 96 367 85 55

ALICANTE

Móvil: 620 938 108 • Fax: 96 367 85 55

BARCELONA

Móvil: 649 933 941

E-mail: valenmar@veintepies.com
forointernacional@veintepies.com
veintepies@veintepies.com

Imprime: Mediterráneo Proceso Gráfico,
S.L.

C/ Ciudad de Sevilla, 25 - 46988
Pol. Ind. Fte. del Jarro, Paterna (Valencia)
Tel. 96 134 05 02

www.veintepies.com

DEPÓSITO LEGAL: V-487-1982
ISSN: 1697-6851

Todos los derechos reservados
Los contenidos de esta publicación no podrán ser reproducidos, distribuidos, ni comunicados públicamente sin la previa autorización por escrito de la sociedad editora VALENMAR S.L.



Fruit Attraction se reinventa

Este año, debido a la actual situación sanitaria, y de forma excepcional, Fruit Attraction se ha celebrado del 1 al 30 de octubre, reuniendo de forma telepresencial a la comunidad hortofrutícola mundial. Y lo ha hecho utilizando las nuevas tecnologías y a través de la innovadora plataforma Fruit Attraction LIVEConnect, la mayor y única red social profesional del mundo especializada en este sector, que permite generar miles de nuevas oportunidades de compra-venta entre traders de todo el mundo.

Connecting The World's Fresh Produce Community ha sido el mensaje de la iniciativa, que aúna otro de los objetivos que se han impuesto más que nunca en esta crisis sanitaria: impulsar la digitalización del sector. Así, esta especial edición telepresencial de Fruit Attraction refuerza su misión de servir de instrumento estratégico para el conjunto de esta industria fundamental a nivel global.

En el día de su arranque, Fruit Attraction LIVEConnect activó su comunidad con la participación de 500 empresas expositoras de 24 países, y más de 10.000

productos de toda la cadena de valor del sector hortofrutícola, unas cifras que han ido creciendo exponencialmente en los últimos días al ser una plataforma viva y dinámica.

Fruit Attraction LIVEConnect ha conseguido agrupar la oferta expositiva de todos los sectores relacionados con Fruit Attraction: Fresh Produce, Industria Auxiliar, Flower&Garden y Fresh Food Logistics. En estos momentos, y en relación con el ámbito nacional, la comunidad está integrada por empresas de prácticamente la totalidad de las regiones productoras de frutas y hortalizas del país –Andalucía; Aragón; Castilla La Mancha; Castilla y León; Cataluña; Comunidad Valenciana; Extremadura; La Rioja; Madrid; Murcia; Navarra; País Vasco, entre otras-. Asimismo, la participación internacional ha sido más que notable, representada por empresas expositoras de Albania, Alemania, Argentina, Bélgica, Bolivia, Ecuador, Egipto, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, India, Italia, Kenia, Marruecos, México, República de Moldavia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Sudáfrica, Suiza y Turquía.



La exportación española de frutas y hortalizas resiste a la crisis

La exportación española de frutas y hortalizas frescas de enero a agosto ha crecido un 8% con relación al mismo periodo de 2019, ascendiendo a 10.112 millones de euros, mientras que el volumen ha retrocedido un 5%, totalizando 8,8 millones de toneladas, según los datos actualizados por la Dirección General de Aduanas

**Fruit Attraction
LIVEConnect**

1 al 31 de octubre

¡Allí estaremos!

#FruitAttraction20 =LIVEConnect

Arola
Logistics & Customs

La exportación de hortalizas en los ocho primeros meses del año ha aumentado un 4% en valor respecto al mismo periodo de 2019, totalizando 4.130 millones de euros, siendo, pimiento, tomate, lechuga y coles las más exportadas. Las ventas al exterior de pimiento ascendieron a 802 millones de euros (+4%); las de tomate se elevaron a 641 millones de euros, la misma cantidad que en los mismos meses del año anterior, las de lechuga ascendieron a 468 millones de euros (-5%) y las coles a 444 millones de euros (-11%). En volumen la exportación de hortalizas retrocedió un 1,5%

totalizando 3,7 millones de toneladas.

Las frutas hasta agosto experimentaron un crecimiento del valor obtenido del 11% respecto a los mismos meses que en 2019, totalizando 5,981 millones de euros, siendo los cítricos los más exportados y con fuertes crecimientos. Destaca también la exportación de fruta de hueso, con descenso de los volúmenes, pero fuertes crecimientos del valor. Este es el caso del melocotón, con 280.895 toneladas exportadas y 348 millones de euros (+16,5%) y la nectarina con 277.612 toneladas (-14%) y 384 millones de

euros (+20,5%). La fresa, por el contrario, reflejó un retroceso tanto del volumen como del valor de 3%, totalizando 279.568 toneladas y 563 millones de euros.

En la comparación mensual de agosto de 2020 con agosto de 2019, la exportación bajó un 7% en volumen y subió el mismo porcentaje en valor, situándose en 742.196 toneladas y 738 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria, procesados por FEPEX.

Crisis

La Ley de Cadena alimentaria plantea dificultades de aplicación en el sector de frutas y hortalizas

La regulación de los contratos mercantiles entre compradores y vendedores de la cadena alimentaria plantea serias complicaciones de aplicación, según las modificaciones planteadas en la última reforma de la Ley de

la Cadena Alimentaria. Con el objetivo de conocer las preocupaciones del sector y solventar las dudas jurídicas de vendedores y compradores, se ha celebrado el webinar "Reforma de la Ley de Cadena Alimentaria en los contratos hortofrutícolas", organizado por PROEXPORT y FEPEX y en el que participó la firma de abogados Andersen.

El director de FEPEX, José María Pozancos,

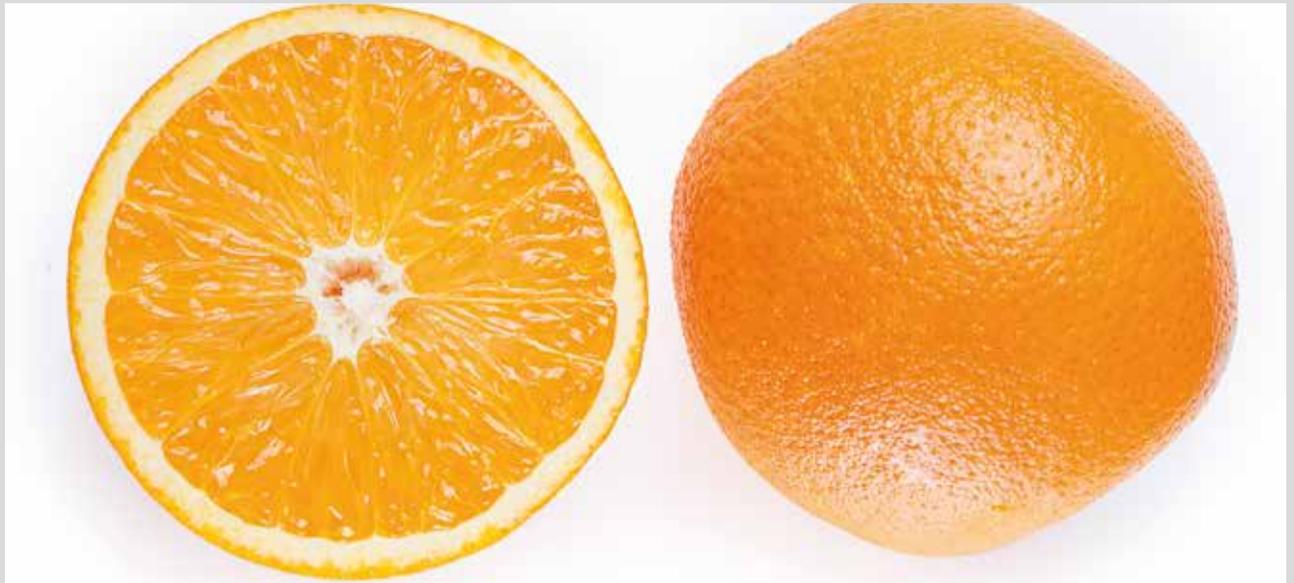
explicó que el RD Real Decreto-ley 5/2020, de 25 de febrero, modifica la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria e introduce un salto cualitativo en su contenido con las obligaciones de "introducir en los contratos el coste efectivo de producción y de que el precio pactado entre el productor primario y su primer comprador cubra dicho coste". La obligación contractual queda

salvada en el caso de Cooperativas y Organizaciones de Productores, en el caso de que en sus Estatutos se establezca el procedimiento de liquidación con sus socios.

La normativa incide también en que la distribución minorista debe asumir el riesgo de sus estrategias comerciales y que cada operador de la cadena debe pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al

coste de producción.

Según estas obligaciones, Pozancos advierte que se "plantea una intervención en el libre mercado, ya que el coste efectivo de producción se traslada a toda la cadena de valor". El anteproyecto de Ley, que entrará en vigor en 2021, amplía el ámbito del contrato a todas las operaciones de más de 2.500 euros y obliga a determinar el procedimiento de liquidación.



THE COOLEST TERMINAL IN THE MED

Hutchison Ports BEST is one of the terminals with the most connections for refrigerated containers in the whole of the Mediterranean area.



2.750 Connection points
+75.000 Reefer containers moved in 2018



A reefer daily train

HUTCHISONPORTS
BEST

best.com.es

Ximo Puig destaca las buenas perspectivas de la campaña citrícola

El presidente de la Generalitat Ximo Puig, ha destacado las buenas perspectivas de la campaña citrícola, con unas previsiones de incremento de la producción del 13,5% y de mantenimiento de los precios, una situación que ha considerado positiva para consolidar la fortaleza que ha mantenido el sector hortofrutícola durante la pandemia



manera que "se pueda llevar a cabo esta legítima aspiración".

Excelencia de los cítricos

Por su parte, la consejera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, ha reivindicado la excelencia de los cítricos de la Comunitat Valenciana y ha destacado la iniciativa de celebrar el primer corte de la naranja para dar visibilidad a este producto de referencia.

Mollà hizo referencia a los análisis difundidos este lunes por la Conselleria sobre plaguicidas detectados en naranjas, mandarinas y limones importados de terceros países y ha reclamado a las autoridades europeas "reciprocidad comercial para acabar con la competencia desleal que impone distintas exigencias en función del país de origen de la producción agraria".

La consellera hizo un llamamiento a consumir de proximidad, que se traduce en un beneficio en términos económicos, medioambientales y de sostenibilidad, además de ser garantía de la máxima calidad.

Puig, que ha resaltado que el sector citrícola "es fundamental en nuestra economía y representa alrededor del 70 % de nuestras exportaciones de frutas y verduras", ha asistido en Llíria al primer corte de la naranja valenciana, acto en el que ha estado acompañado de la consellera de Agricultura, Mireia Mollà.

El jefe del Consell ha señalado que el sector agroalimentario "es fundamental para la economía valenciana en todo lo que significa el abanico de exportaciones" y, en este sentido, "ha continuado el president-, "las exportacio-

nes solo de mandarinas suman más de 1.000 millones al año". La exportación de cítricos valencianos supone en términos económicos un total de 2.154 millones.

Se ha referido así al peso de la citricultura, que representa el 41,4% de la producción agrícola de la Comunitat Valenciana y ocupa una superficie de 159.248 hectáreas, lo que equivale al 53,7% del total de la superficie citrícola española. De hecho, los cítricos valencianos representan el 48,3% del valor de los cítricos de toda España y el 29% del valor

de los cítricos de toda la Unión Europea.

El jefe del Consell ha alabado la fortaleza de este sector durante la pandemia y ha explicado que ahora "hay consolidar que tengamos una campaña que haga revivir al sector y los agricultores, que han pasado tiempos muy complicados y campañas muy difíciles".

Ha aludido en este sentido a las previsiones de cosecha para la campaña que ahora arranca, realizadas por el Ministerio de Agricultura, según la cual la producción total alcanzaría 3,5 millones de tone-

ladas, lo que supone un incremento del 13,5% en relación a la temporada anterior, un aumento que vendría acompañado de un mantenimiento de los precios, debido al tirón del mercado interior y al alza de la demanda europea.

Respecto a la reforma de la Política Agrícola Común (PAC) que se está ultimando en el seno de la Unión Europea, el máximo responsable del Consell ha subrayado que espera que se llegue a un acuerdo para que la agricultura mediterránea tenga el mismo nivel de ayudas que otras agriculturas, de



Operador Logístico, Ferrocarril, Carretera y Depósito

**OPERADOR LOGÍSTICO, FERROCARRIL, CARRETERA
Y DEPÓSITO DE CONTENEDORES**



Servicios ferroviarios semanales operados desde Algeciras, Castellón, Madrid, Valencia y Valladolid:
Madrid, Valladolid, Sevilla, Córdoba, Málaga, León, Bilbao, Vigo, Coruña, Lisboa y Oporto

Resto de destinos con salidas diarias a través de la red multicliente de Renfe, tanto nacionales como internacionales

Servicio Ferroviario semanal desde el Puerto de Castellón a las principales terminales de la Península Ibérica

Valencia - 96 330 67 68 - Castellón - 96 491 49 39 - Madrid - 91 673 45 06



We Deliver Value

价值·因运而生



www.coscospain.com

Antonia Jiménez

Responsable del Departamento de Perecederos de Savino del Bene

"Tenemos que seguir unidos para lograr que los productos frescos lleguen a todos los hogares"



Savino del Bene afrontaba los inicios de 2020 con la inquietud de cuál sería el efecto de la implantación del IMO, que iba a afectar considerablemente a la subida de fletes, la incidencia del Brexit en el comercio exterior o la consecuencia de la subida de aranceles de Estados Unidos. Entonces la preocupación de la compañía giraba en torno a la crisis económica a nivel mundial y a las huelgas de estiba.

"Quien iba a decir tras los resultados positivos registrados en Savino del Bene en 2019 y cuando la perspectiva para este año era mejorarlos que todos los problemas iban a pasar a segundo término por la pandemia", señala Anto-

nia Jiménez responsable del Departamento de Perecederos de la compañía. En este sentido, recuerda que en un primer momento se interrumpieron los tráficos con China y Extremo Oriente, lo que afectó a la campaña de cítricos de los meses de enero, febrero, marzo y abril.

"Posteriormente, la pandemia, a finales de febrero y principios de marzo, llegó a Europa y a nuestro país, llegando a unos niveles de contagio muy considerables y que llevaron al confinamiento de la población, lo que generó el parón de la economía y afectó a todos los sectores", continúa Jiménez. "El sector hortofrutí-

cola y el resto de empresas relacionadas como actividades esenciales plantaron cara al coronavirus y siguieron suministrando productos frescos a todos los mercados nacionales e internacionales. De hecho – continúa – las naranjas españolas estuvieron presentes en todos los hogares de Europa".

Savino del Bene, que cuenta con 121 años de historia (Florenca, 1899), ha tenido que hacer frente a circunstancias excepcionales, como fue el caso de la misión que le fue encomendada por el Ministerio Italiano para ayudar a la recuperación de las obras de arte robadas por los nazis durante la II Guerra

Mundial. "Como entonces, también Savino del Bene reorganizó con la crisis sanitaria sus empresas para poder seguir realizando su actividad, potenciando el teletrabajo e implantar todas las medidas sanitarias, de seguridad y protección aconsejadas por las autoridades", puntualiza Antonia Jiménez. En este sentido, la central de la compañía en Italia, conjuntamente con la oficina de Shanghai, fletaron vuelos chárter periódicos con material sanitario desde China.

"En relación a las exportaciones hortofrutícolas españolas hemos estado trabajando y ayudando a nuestros clientes a poder cumplir con sus

compromisos comerciales, dándoles la mejor solución marítima, aérea y terrestre para sus envíos en estas circunstancias tan excepcionales", asegura la responsable del Departamento. "Esto no hubiera sido posible sin el apoyo y la ayuda en todo momento de los almacenes, transportistas, navieras, estamentos oficiales y toda la comunidad portuaria en su conjunto", reconoce Antonia Jiménez. "Y ahora que todavía seguimos inmersos en esta horrible pandemia debemos continuar todos unidos para poder continuar trabajando y que los productos frescos lleguen en perfectas condiciones a todos los hogares al mundo", concluye.



Federico Pascual

Head of Sales Air & Sea Logistics Southern Europa

"Nos diferencian el conocimiento del producto, sus necesidades y su disponibilidad"

¿Qué supone el tráfico de frutas y verduras para Dachser?

El sector hortofrutícola dentro de la mercancía refrigerada siempre ha tenido un peso muy específico desde nuestros inicios como operadores especializados. Supone dedicación, atención, profesionalidad, y una parte importante de nuestro volumen dentro de la carga reefer.

¿Requiere este tráfico un servicio especializado? ¿Qué factores diferencian en este sentido la oferta de Dachser?

Por supuesto que sí. La diferencia la marcan los especialistas por sus amplios conocimientos y experiencia en este sector.

Los factores que nos diferencian son el conocimiento del producto, sus necesidades así como su disponibilidad. Los clientes eligen ante todo credibilidad y confianza, apoyados por una correcta elección en el transporte.

¿Cómo ha marcado la crisis sanitaria la evolución de estos tráficos?

Al contrario de lo que ha ocurrido con otros sectores productivos, este segmento, sigue creciendo un año más. Tanto en la importación de productos nativos de otros países por la alta demanda y presencia, como la exportación por la alta calidad de los mismos, hacen de ello un segmento en crecimiento

continuo. La demanda de productos de calidad crece a nivel mundial.

Precisamente, en la etapa de confinamiento y en las semanas posteriores el abastecimiento de alimentos ha sido prioritario,

¿Cómo adaptaron los servicios de Dachser a esas exigencias?

Si por algo nos hemos caracterizado ha sido por seguir ofreciendo nuestros servicios como cualquier otro día, manteniendo la misma atención y servicio a los clientes. Manteniendo las máximas medidas de seguridad sanitarias, aplicando sistemas de teletrabajo, pero a la vez cuidando que todos los especialistas estuvieran disponibles para la culminación de las operaciones.

¿Qué previsiones tienen cierre del año en cuanto al tráfico de frutas y verduras? ¿Y para el año que viene que datos manejan?

El crecimiento este año es un hecho consumado y las previsiones para el próximo ejercicio siguen siendo muy optimistas. Dachser va a seguir incorporando recursos necesarios al equipo para fortalecer más si cabe la calidad en el servicio, tanto a nivel de transporte marítimo como aéreo, esté último como apuesta decidida de la compañía al contar con nuestra propia network en los principales países productores y exportadores de Latinoamérica.

AGENTES DE ADUANAS DE VALENCIA

¿Sabe quién le representa y defiende sus intereses ante la Administración de Aduanas?

Los Agentes de Aduanas somos profesionales titulados colaboradores de la administración.

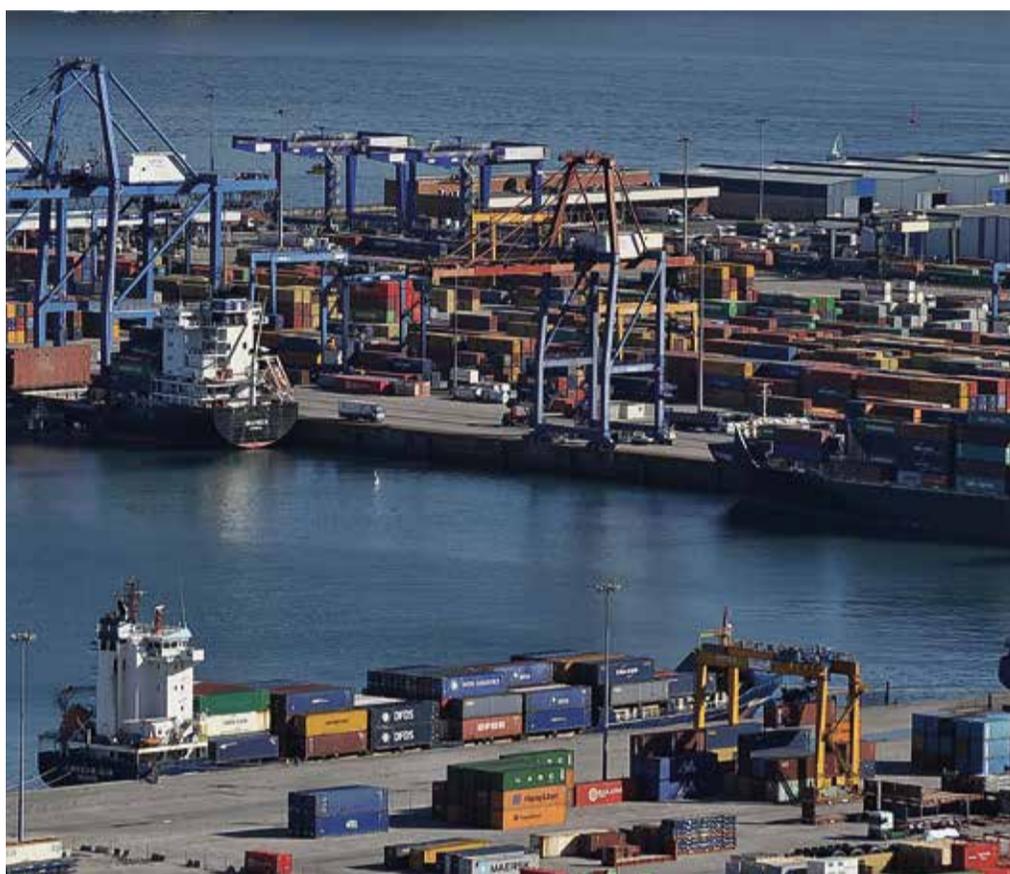
Confíe sus operaciones de comercio exterior, logística y despachos de aduanas a un profesional experimentado, libre e independiente.

Le ofrecemos asesoramiento personalizado, trato directo e información de primera mano.

Estamos integrados en una organización profesional, el Colegio Oficial de Agentes y Comisionistas de Aduana que le confiere a nuestra actividad una garantía de calidad.

Muelle de la Aduana, s/n (Puerto de Valencia) 46024 VALENCIA - Tel. 96 367 07 74 - Fax. 96 367 03 18
oocav@representantesaduaneros.es - www.oocav.com

El Puerto de Bilbao se presenta como el hub para la importación y exportación del tráfico hortofrutícola del norte de España



Fruit Attraction sigue siendo un certamen atractivo para contactar con exportadores e importadores de frutas y verduras, aunque sea de manera virtual. La pandemia no ha restado al Puerto de Bilbao interés por esta feria, que se celebra durante todo el mes de octubre, para afianzarse, junto con Mercabilbao, como hub alimentario importador y exportador

de productos hortofrutícolas del norte de la Península, y explorar nuevas vías para dar a conocer su oferta y sus ventajas competitivas en este mercado.

“Trabajamos conjuntamente para incrementar los flujos de entrada de mercancía desde lugares como Sudáfrica, Sudamérica y Centroamérica, y la reexportación de frutas y hortalizas hacia Europa y resto de

la Península.”, comentan sus responsables.

La Autoridad Portuaria de Bilbao dará a conocer la capacidad de este enclave en infraestructuras y servicios y, en particular, con el Reino Unido e Irlanda, mercados con los que se han reforzado los servicios y agilizado las operativas para atender la nueva demanda generada por el Brexit.

En 2019, el tráfico del Puerto de Bilbao de frutas y hortalizas superó las 167.000 toneladas, un 7% más que en el ejercicio anterior. Un año más, los principales tráficos son las hortalizas; la partida de cebollas, ajos y puerros; los cítricos; las patatas y las lechugas. Entre los productos con mayor crecimiento se encuentran los cítricos; las cebollas, ajos y puerros; y los plátanos. Un dato importante a tener en cuenta es que en lo que llevamos de año el tráfico de contenedores reefer ha crecido un 268%

simplificación de procesos y para el intercambio de información vía telemática, con el fin de agilizar las operaciones a través del Puerto de Bilbao. Esta plataforma ya es utilizada por más de 800 empresas.

Asimismo, dispone desde 1993 de un Punto de Control Fronterizo / Border Control Point que sigue a la vanguardia entre los puertos españoles. Es una instalación de gran capacidad, con 16 bocas, y está operativo las 24 horas. Ofrece las siguientes habilitaciones: PIF, puerto de descarga, PED (Puntos de Entrada Designado), PED/PDI (Puntos para el control de productos alimenticios de determinados terceros países), radioactividad, RAH (Recintos Aduaneros Habilitados) y PPI (Puntos de primera introducción). A través del stand virtual de la Autoridad Portuaria en la feria madrileña, tanto visitantes como expositores pueden contactar con el PCF y realizar cualquier consulta sobre importaciones de productos hortofrutícolas a través del Puerto de Bilbao a través de esta dirección de e-mail: administración-pcf.bizkaia@correo.gob.es

Ventajas para el Brexit

El Puerto de Bilbao cuenta con las infraestructuras e infoestructuras necesarias para atender los tráficos de Reino Unido tras su salida de la UE cuando finalice el periodo transitorio. Reino Unido es su principal mercado, con el que movió cerca de 3,4 millones de toneladas en 2019, y los operadores ofrecen una gran conectividad con puertos británicos, concretamente cerca de 50.

Por otro lado, la plataforma electrónica e-puertobilbao contribuye a la

AÉREO, TERRESTRE Y MARÍTIMO ■ CONTENEDORES COMPLETOS ■ GRUPAJES ■ ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN ■ ADUANAS

INTERNATIONAL LOGISTICS

VALENCIA ■

VALENCIA

PL. Armada Española, 1, 89 · 46011 Valencia

Tel. +34 96 324 56 65 · Fax +34 96 324 56 64

valencia@asthoncargo.net

ALGECIRAS

Tel. +34 956 688 307 Ext: 5053

algeciras@asthoncargo.es

BARCELONA

Tel. +34 933 297 397

asthombcn@asthoncargo.cat

BILBAO

Tel. +34 94 661 22 93

bilbao@asthoncargo.es

Part of the Share Logistics Family

www.asthoncargo.es

El Ministro Luis Planas visita el campo de ensayos de Anecoop en Valencia

El Ministro de Agricultura Luis Planas Puchades visitó uno de los dos centros de Producción y Desarrollo de Anecoop, primera empresa hortofrutícola española y líder en exportación de frutas y hortalizas con más de 840.000 toneladas

El Grupo Anecoop, que consta de once filiales en el exterior y 5 oficinas comerciales y que conjuntamente supera ya el 1,1 millón de toneladas de comercialización, está integrado por 71 cooperativas y empresas agroalimentarias de toda España, a las que pertenecen más de 25.000 agricultores

El Ministro de Agricultura, Luis Planas Puchades visitó la empresa Anecoop. Los máximos responsables de la cooperativa de segundo grado recorrieron junto al Ministro y el resto de autoridades presentes, la finca y las instalaciones que la entidad posee en Museros (Valencia), uno de sus dos centros de operaciones de I+D+i, donde le han dado a conocer las novedades en cultivos y variedades, así como el laboratorio de post-cosecha.

Durante esta visita acompañaron al ministro Gloria Isabel Calero Albal, Delegada del Gobierno en la Comunidad Valenciana, Fernando Miranda, Secretario General de Agricultura y Alimentación, la Consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà Herrera y el Secretario Autonómico, Francisco Rodríguez Mulero.

El presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, valoró muy positivamente esta visita, y la considera una "muestra de apoyo a un sector que se sitúa como uno de los más potentes entre los países europeos y constituye uno de los principales motores de la economía española,

con un valor estratégico, una fuerza y una independencia absolutamente necesarios para nuestro país y por el que hay que seguir apostando a todos los niveles".

Por su parte, el director general de Anecoop, Joan Mir, ha destacado el gran trabajo de consolidación de la oferta realizado en el seno de Anecoop a lo largo de sus 45 años de historia, que la han convertido en "la primera empresa hortofrutícola en España, líder nacional en la exportación de frutas y hortalizas con más de 840.000 toneladas comercializadas y un referente en Europa por su apuesta por la investigación y la innovación, esenciales para impulsar el sector".

Tras la visita al campo de experiencias, ha tenido lugar una reunión junto con una representación del Consejo Rector y del Comité de Dirección, en la que han podido intercambiar impresiones sobre las cuestiones que suscitan mayor inquietud en el sector agroalimentario.

Acerca de Anecoop

Desde su fundación en 1975, Anecoop se ha consolidado como una de las mayores empresas internacionales de producción, comercialización y exportación de cítricos, hortalizas, frutas no cítricas y vino. Anecoop integra, coordina y comercializa la producción de los más de 25.000 agricultores, 71 cooperativas y empresas socias y es el primer exportador hortofrutícola español con un volumen de más de 840.000 toneladas.



Es la primera empresa hortofrutícola del Mediterráneo, líder española en la comercialización de frutas y hortalizas y uno de los principales operadores de cítricos, sandías y kakis. Integra empresas cuya actividad comprende desde la investigación para la mejora varietal hasta la entrega del producto en el punto de venta.

Consta de una estructura comercial compuesta por diez empresas internacionales y cinco delegaciones en el territorio español (Valencia, Almería, Valle del Ebro, Murcia y Sevilla). Su red comercial está situada en puntos estratégicos del mercado internacional de frutas y hortalizas en fresco: España, Francia, Reino Unido,

Holanda, República Checa, Eslovaquia, Polonia, Rusia, China y Estados Unidos, estas últimas orientadas a la comercialización de vino. Así mismo posee empresas de servicios de logística y transporte, dos campos de experimentación y desarrollo y una empresa de elaboración de zumos y conservas.

DACHSER
Intelligent Logistics

SOLUCIONES LOGÍSTICAS
GLOBALES E INTEGRADAS

DACHSER Interlocking

Con nuestros técnicos locales, aseguramos un eficiente flujo mundial de mercancías para optimizar la cadena de suministro de nuestros clientes. Por flexibilidad y alta capacidad a nivel global.

DACHSER Spain Air & Sea Logistics SAU
Dr. J.J. Dómine 15 - 2ª - 46011 Valencia
Tel. +34 96 318 57 00
dachser.spain.as@dachser.com

www.dachser.es

La Asamblea de FEPEX evalúa el impacto de un Brexit sin acuerdo



La Asamblea de FEPEX analizó los principales retos a los que se enfrenta el sector productor y exportador de frutas y hortalizas frescas, destacando el Brexit, estimando que en caso de que no haya un acuerdo comercial al final del periodo transitorio supondrá el pago de derechos arancelarios por valor de 198 millones de euros anuales; así como la reforma la PAC, apostando por los ecoesquemas para mejorar la sostenibilidad medioambiental de las explotaciones

FEPEX considera que el sector productor y exportador de frutas y hortalizas no puede asumir el impacto de un Brexit sin acuerdo comercial entre la UE y Reino Unido,

porque ello provocaría que las exportaciones paguen derechos arancelarios, que FEPEX ha estimado en una cuantía anual de 198 millones de euros, mientras que sus competidores directos, como Marruecos, acceden a este mercado exentos del pago de aranceles.

Reino Unido es el tercer mercado del sector, a donde se exportaron frutas y hortalizas por valor de 1.160 millones de euros en el primer semestre de 2020, un 9% más que en el mismo periodo del año anterior. Considerando un año completo, en 2019 la exportación ascendió a 1,5 millones de toneladas, un 5% más que en 2018, por un valor de 1.779 millones de euros (+1%),

T Grupo
Torres
DESDE 1915

SERVICIO DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE
www.transtorres.net

Valencia-Madrid-Barcelona-Zaragoza-Algeciras-Lisboa

FRUIT LOGISTICA cambia de fecha y adapta el concepto



instalación del expositor y una conexión a internet estable.

«Con nuestro concepto adaptado, deseamos reunir y reconectar al sector mundial de frutas y hortalizas frescas en 2021 en Berlín en un entorno seguro», comentó Miserius. «Aunque es evidente que FRUIT LOGISTICA SPECIAL EDITION 2021 se desarrollará en un espacio más reducido, un número limitado de empresas registradas podrán presentar sus productos de forma presencial. El nuevo formato reduce la inversión de nuestros clientes, deja tiempo para la toma de decisiones y disminuye el número de empleados necesarios para gestionar en los stands en Berlín. En otras palabras, mediante esta forma sencilla de participar ofrecemos al sector una oportunidad muy necesaria para reunirse con los compradores cara a cara».

El equipo de FRUIT LOGISTICA ya ha informado a todos los expositores y su red mundial de representantes de más de 150 países ya se está contactando directamente con los expositores. Antes del 23 de octubre de 2020 se publicará más información sobre los paquetes para participar y otros detalles adicionales.

FRUIT LOGISTICA 2021 se llevará a cabo como una edición especial y tendrá lugar del 18 al 20 mayo de 2021 en Berlín. Bajo el lema «Reunión presencial, conexión digital», el nuevo concepto pone el foco en las reuniones de negocios y ofrece paquetes de exposición llave en mano para maximizar la flexibilidad y las oportunidades de negocio para los expositores.

«La COVID-19 nos amenaza con desafíos que

no podemos eliminar. Por eso, nos hemos preguntado qué necesitan nuestros clientes y qué aspectos podemos controlar para ellos», explica Madlen Miserius, directora ejecutiva de producto en FRUIT LOGISTICA. «Nuestro enfoque consiste en facilitar que nuestros clientes gestionen mejor sus riesgos y sigan aumentando sus oportunidades de negocio. Esta es la base de FRUIT LOGISTICA SPE-

CIAL EDITION 2021 en Berlín».

La celebración del evento en mayo permitirá que un mayor número de compradores de diferentes partes del mundo puedan asistir, lo que aumentará las oportunidades de negocio en FRUIT LOGISTICA SPECIAL EDITION 2021. El componente digital, que incluirá funcionalidades para la realización de reuniones virtuales y la retransmisión en vivo del

programa de conferencias, ofrece soluciones adicionales para participar y formar parte de FRUIT LOGISTICA.

El concepto adaptado, que consiste en paquetes de exposición llave en mano, reduce de forma significativa la inversión y el tiempo de preparación para los expositores, que podrán elegir entre tres paquetes de expositor predefinidos. Los paquetes incluyen el espacio y la



Terminal de Reconocimientos Aduaneros de Alicante S. L.

Tinglado 15, Puerto de Alicante, 03008
Telf: 965 218 992 - Fax 965 140 674
e-mail: terminal@traa.es

Depósito Aduanero Público y Almacén de Depósito Temporal (ADT)

ESPECIALISTAS EN RECONOCIMIENTOS ADUANEROS

LLENADO Y VACIADO DE CONTENEDORES

RECEPCIÓN Y ENTREGA DE MERCANCÍAS



ATFRIE mantiene sus objetivos a pesar de la crisis sanitaria

La Asociación Española de Empresarios de Transportes Bajo Temperatura Dirigida (ATFRIE) celebraba a finales de septiembre su primera asamblea general telemática, un encuentro marcado por la pandemia.

Tras la reunión de la Junta de Gobierno de ATFRIE, se realizó un acto privado estatuario para afiliados para dar paso al acto público de la Asamblea destinado a afiliados, invitados, medios y patrocinadores, punto en el que se han presentado productos y servicios de estos últimos. La jornada se cerró con las conferencias de Alfonso Roig como Coordinación de Transformación Digital en Foro de Logística, Pedro Conejero como vicepresidente de ATFRIE y Fulgencio Helenio Marín, de la Universidad de Tecnología de Alimentos.

La Asamblea de ATFRIE arrancó con un minuto de silencio por las víctimas del COVID-19, un gesto emotivo, ya que el sector del transporte de mercancías por carretera ha sido uno de los más afectados por la enfermedad. Con Yolanda Medina Arévalo como nueva Secretaria General de ATFRIE, la asociación no ha frenado su empuje para lograr estos objetivos dentro de su quehacer en el Comité Nacional. De hecho, la insistencia de los responsables de ATFRIE ha sido clave para que el Comité Nacional se haya comprometido a plantear un convenio único a nivel nacional que equili-

bre los costes entre las empresas de todo el país. Sin embargo, como muchas otras cosas, el proceso fue frenado por la pandemia de COVID-19, una crisis sanitaria que ha puesto de relieve la actividad esencial que supone el transporte de mercancías por carretera para el funcionamiento del país.

Incluso tras el estado de alarma, el transporte se ha visto en una situación delicada que casi desemboca en una huelga general que ATFRIE apoyó junto al resto de asociaciones del Comité Nacional. Según ATFRIE, la negociación para la desconvocatoria supuso un aparcamiento temporal de las pretensiones, como el pago a 30 días. "Pero no estamos dispuestos a dejar de reivindicarlos. Por esta razón, desde ATFRIE se marcan el objetivo de tener mayor voz en el Comité", señalaban desde la entidad.

Pese al impás que ha supuesto la pandemia de COVID-19, ATFRIE mantiene los objetivos previos a la misma. Esto pasa por conseguir un convenio colectivo, acabar con las labores de carga y descarga para los chóferes y el intercambio de palets, práctica especialmente preocupante en tiempos de crisis sanitaria. Con esto en mente, ATFRIE quiere apoyarse en el nuevo Paquete de Movilidad de la Unión Europea para mejorar las condiciones del sector transporte en España y terminar de impulsar un régimen sancionador para morosos.



**REEFER
CARGO
FRUIT**





ENFOCADOS EN TU FRUTA.

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes. Puedes confiar en nuestros equipos locales para cumplir con los requisitos especiales de tu cadena de suministro.



MOVING THE WORLD, TOGETHER.

msc.com/fruit

Women's Forum apuesta por reforzar la figura de la mujer agroprofesional



Dotar de herramientas a la mujer agroprofesional, ganar en liderazgo, en visibilidad y hacerlo de una forma equilibrada, donde estén implicados por igual hombres y mujeres, ha sido el objetivo principal de la primera edición de Women's Forum, celebrada en el contexto de Fruit Attraction LIVEConnect, los pasados días 14 y 15 de octubre.

La mujer agroprofesional se encuentra hoy en día con barreras, ya no tanto legislativas, sin embargo, existen aún muchos frenos que limitan ese liderazgo. Herramientas como las redes profesionales, las asociaciones empresariales, son puntos de encuentro en las que las mujeres deben estar más presentes, pues les permiten formarse. También la digitalización se pone al servicio de las mujeres, ayudándoles a participar de esas redes que les ayuden a empoderar.

El Women's Forum comenzó el día 14, con las palabras de bienvenida de Raúl Calleja, Director de

Fruit Attraction y de Giselle Falcón, directora de Siete Agromarketing, entidades co-organizadoras del evento. Ambos pusieron el énfasis en la importancia que tiene la comunicación para que las mujeres agroprofesionales sigan creciendo en el sector agroalimentario, con liderazgo y equilibrio.

Moderado por Elisa Plumed, Presidenta de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE), la inauguración oficial de Women's Forum tuvo como protagonista a la Eurodiputada del Parlamento Europeo, Clara Aguilera, quien resaltó la necesidad de que "sean más mujeres las que formen parte de los consejos rectores de las cooperativas y de las organizaciones agrarias, la mayoría gestionadas por hombres. Hay que dar el salto, y hacia ello camino la PAC que ahora estamos cerrando".

Durante la Entrevista B2B con Yolanda Díaz Villarrubia, Experta en Gestión de HR e Innovación, Cofundadora Socia

WA4STEAM, Comité de Coordinación AMIT-MIT, Presidenta AMYL, Senator WBAF Spain se insistió en la necesidad de establecer unas pautas a seguir a la hora de emprender, donde la formación juega un papel determinante para desarrollar un plan de negocio, así como contar con "una buena estrategia de comunicación". Precisamente sobre la comunicación, resaltó que "las mujeres nos comunicamos de una manera distinta a la del hombre. Generamos un networking basado en las emociones y experiencias personales. Somos más empáticas. Y eso es un punto favorable. Crear redes a nuestro alrededor es fundamental para nuestro crecimiento y formación". Para Yolanda Díaz Villarrubia, el aislamiento que puede sufrir la mujer rural "es más mental que físico".

En los Diálogos de Liderazgo tomaron parte Nuria Cardoso, responsable de Medios de Comunicación de ASEDAS; Enrique de los Ríos, General

Manager UNICA Group; Pilar Placencia, Directora General de Envases Villarreal y Miembro del Comité Ejecutivo de FEDEMCO; y Teresa Diomede, de la Asociación Italiana de Mujeres de Fresh Produce.

Enrique de los Ríos abogó por un cambio en la mentalidad que es "lo que realmente limita ese empoderamiento de la mujer". Para el General Manager de UNICA Group, "ya no basta con tener un plan de igualdad, políticas de conciliación, hay autopistas legales diseñadas para alcanzar esa igualdad tan deseada, por eso no podemos conformarnos con lo que ya estamos haciendo, hay que dar un paso más. No hay nada que impida alcanzar la igualdad", concluyó.

Sobre esas barreras, se cimenta la conciliación, uno de los problemas a los que se enfrenta la mujer agroprofesional, tema que destacó Nuria Cardoso. "La conciliación sigue siendo la clave sobre la que construir este equilibrio. En nuestro sector, el de la dis-

tribución, hay grandes avances. Se ha comprendido y se aplica", aseguró la responsable de Medios de Comunicación de ASEDAS, quien continuó afirmando que las políticas de igualdad deben venir desde el convencimiento, no porque esté de moda o me permita tener una buena imagen.

Pilar Placencia, Directora General de Envases Villarreal y Miembro del Comité Ejecutivo de FEDEMCO, puso como ejemplo el empoderamiento que ella ha ganado al formar parte con otras redes profesionales: "Sin el apoyo de estas asociaciones o federaciones en las que participo, hoy no estaría en esta Mesa de Diálogo, ganando en visibilidad", explicó.

Por su parte, Teresa Diomede, de la Asociación Italiana de Mujeres de Fresh Produce, y productora de uva en Italia, confirmó lo enriquecedor que puede llegar a ser para una mujer productora la pertenencia a una red para compartir conocimientos con

una visión femenina: “No se trata de comunicar en igualdad, es dar un paso más, avanzar con experiencias de otras mujeres, en cualquier parte del mundo, que nos pueden ayudar a crecer a nosotras mismas”.

La sesión del día 15 se centró en Visibilidad, marca personal y reputación digital, contando como moderadora con Julia González, Directora de las Ferias de Moda, Belleza y Estilo de Vida IFEMA, quien condujo la Entrevista B2B con Yolanda Sáenz De Tejada y Vázquez, Experta en visibilidad femenina.

Yolanda nos regaló unos versos de su nuevo libro, líneas muy personales que nos hablan de su propio crecimiento personal. Para Yolanda, el primer paso que hay que dar para ganar en visibilidad es creer en ti misma, “no ser visible, sino sentirte visible, controlar tú esa visibilidad, y dejar a un lado el Síndrome de la Tiara: esperar siempre el reconocimiento externo.

No podemos gustarles a todos”.

Otro punto que abordó Sáenz De Tejada y Vázquez es la errónea creencia de que hay que crear la marca profesional. “No se crea, se trabaja cada día, sin desvincularla a tu marca personal. La mujer en su vida tiene muchos roles y todos ellos forman a la mujer, no desvinculemos unos de otros, porque todos nos enriquecen”.

Teresa Viejo compartió con todos los presentes su plan C para desarrollarse como Mujer: T Comunicación; Confianza; Criterio; Cambio y Curiosidad, herramientas que ella le han llevado a ser la mujer que hoy es.

Por su parte, Gonzalo Fuster, experto en creación de marcas femeninas, remarcó la necesidad de la digitalización y su presencia en redes digitales, pero controlando la sobre exposición en las mismas: “Tenemos que crear una marca, pero a veces hay

una sobreexposición de gente que cree que la está creando, y no es la forma correcta”.

María Encarna Morón, Agricultura y miembro de la Junta Rectora de Vicasol, nos habló desde su experiencia, la única mujer en la Junta Rectora de esta cooperativa, y quizás de las pocas que hay en Almería. Para ella, la digitalización es una herramienta muy útil, y reconoce las ventajas que aporta, sin embargo admite que a la mujer del campo, a la agricultura, aún le queda camino por recorrer para llegar a ella, para tener esa visibilidad digital.

Y sobre este punto se expresó Linda Carobbi, como presidenta en Europa del Global Women Fresh, mostró como la digitalización está llevando a mujeres de todo el mundo a ser más visibles y empoderarse, en una red global como la GWF.

Mujer del año

Begoña Jiménez, Res-

ponsable de Comunicación y Relaciones Internacionales de FEPEX, tomó la palabra para dirigir el acto de entrega de este Reconocimiento de Fruit Attraction a dos mujeres, Rocío Medina, Presidenta Ejecutiva de Grupo Medina, por toda su trayectoria profesional vinculada al sector hortofrutícola, y Ana Hernández, Responsable de I+D+I en el Departamento de Producción del Grupo Paloma, por el inicio de esa vida profesional, aportando sabiduría nueva al sector.

Raúl Calleja, director de Fruit Attraction, hizo entrega del reconocimiento a Ana Hernández, quien se mostró profundamente agradecida por este acto público.

Seguidamente Carmen Crespo, Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, tomó la palabra, en primer lugar para agradecer la invitación a los organizadores, destacando los grandes retos

que tiene la mujer agroprofesional, pero también el sector agrario en particular.

La Consejera hizo entrega del Reconocimiento a Rocío Medina, destacando la innovación del Grupo Medina, y la profesionalidad de la actual Presidenta Ejecutiva, quien ha sabido situar a esta empresa familiar entre las más importantes del sector de las frutas y hortalizas, con un carácter innovador e incluso visionario a la hora de introducir nuevos cultivos en la región andaluza. Por su parte Rocío Medina, reconoció la satisfacción de recibir este agradecimiento por parte de Fruit Attraction y de manos de la Consejera.

Como cierre del acto, la Consejera emplazó a todo el sector a seguir luchando y posicionándose como estratégico, y a mostrar todo ese potencial en la próxima edición de Fruit Attraction 2021, donde este Women’s Forum continuará.

mpg group

Offering global coverage in the supply chain

www.mpg.com.es | mpg@mpg.com.es

Pérez y Cia grupo

SGAS, ATEIA, NewPort, IATA

BARCELONA | BILBAO | MADRID | VALENCIA | LAS PALMAS | SANTA CRUZ DE TENERIFE | PAMPLONA | CUBA | COLOMBIA | REP. DOMINICANA | PANAMÁ

La exportación agroalimentaria valenciana alcanza un valor de 18.321,3 millones de euros

Las exportaciones de la Comunitat Valenciana han alcanzado un valor de 18.321,3 millones de euros en el periodo enero - agosto de 2020, lo que representa un descenso del 11,8% con respecto al mismo periodo del año anterior, según datos hechos públicos por la Dirección Territorial de Comercio de la Comunitat Valenciana, dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio.

Este descenso de las exportaciones se produce en un contexto generalizado de descenso del resto de comunidades autónomas. El descenso de las exportaciones de la Comunitat es 2,2 puntos menor que el descenso de la media española, cifrado en un 14%.

El conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Rafa Climent, ha explicado que "nos encontramos en un momento muy complejo a nivel internacional, marcado por la incidencia de la pandemia en todos los países del

mundo lo que está afectando sin duda a nuestras cifras de exportación".

A pesar de los datos -con un descenso generalizado en todo el Estado español- "es importante seguir trabajando al servicio de las empresas" para que consigan recuperar sus cifras de exportación e incluso encuentren nuevas oportunidades "diversificando mercados".

En los ocho primeros meses del año, la Comunitat Valenciana se sitúa como la cuarta región española más exportadora con el 11,1% de las exportaciones españolas. El valor obtenido en los primeros 8 meses de 2020 se mantiene en valores similares a los del año 2015 para la Comunitat Valenciana.

Respecto a los sectores, Climent ha destacado

el positivo comportamiento de las exportaciones de productos alimentarios que "mantienen la tendencia al alza" y registran un ascenso del 8,4%. Estos productos concentran el 22,6% de las exportaciones. En este capítulo, destaca el ascenso de las exportaciones de cítricos, con un incremento del 16,9% respecto al mismo periodo del año anterior.

El resto de agrupaciones sectoriales registra descensos en este periodo. El sector de automoción, con un 19,3% de las exportaciones mejora sus registros pero mantiene un descenso del 24,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. Los productos químicos descienden un 12%, las semimanufacturas no químicas descienden un 5,4%.

Los bienes de equipo y las manufacturas de consumo registran descensos del 14,4% y 22,8%, respectivamente.

Al analizar los datos de exportación por provincias, Valencia exporta producto por valor de 10280,9 millo-

nes de euros, con un descenso del 11,8%, Castellón exporta por valor de 4714 millones de euros, con un descenso del 9,5% y Alicante registra exportaciones valoradas en 3325,9 millones de euros, con un descenso del 7,2%.

Por destinos, las exportaciones de la Comunitat Valenciana dirigidas a la UE en enero-agosto de 2020 han concentrado el 58,1% del total y han registrado un descenso del 4,6% respecto al mismo periodo del año anterior. En el caso de las ventas a la zona euro (49,9% del total), decrecieron un 5,6%, mientras que las destinadas al resto de Europa (12,3% del total), disminuyeron un 21,4%.

Las exportaciones de la Comunitat Valenciana a América han descendido un 19,6%, -un 10,3% a América del Norte y un 34,6% a América Latina-. Con destino a Asia, las exportaciones valencianas han experimentado un descenso del 19,6%, mientras el descenso de las exportaciones a África se cifra en un 18%.





Logistics Solutions

VALENCIA · ALICANTE · BARCELONA
MADRID · BILBAO · ZARAGOZA
ALGECIRAS · GRAN CANARIA · CASTELLÓN
PALMA DE MALLORCA · RIBARROJA · VIGO · SEVILLA
RIGA · MIAMI · CIUDAD DE MÉXICO
GUADALAJARA (MX) · NUEVA DELHI
KUALA LUMPUR · BANGLADESH · BANGKOK
NINGBO · SHENZHEN · QINGDAO
HONG KONG · SHANGHAI · XIAMEN
DALIAN · XINGANG · TIANJIN



**GRUPO
RAMINATRANS
INTERNATIONAL
FORWARDERS**



raminatrans@raminatrans.com
www.raminatrans.com



VALENCIA · SAGUNTO · GANDIA

valenciaPort

