

Informe EXTRA

COMERCIO Y LOGISTICA HORTICOLAS

REVISTA HORTICULTURA
Nº 119-FEBRERO'97

 Informe
EXTRA
De la recolección a la distribución

El reto de la distribución en el negocio hortícola

La logística y el transporte, una vez alcanzados los objetivos de producción y calidad de los productos, son elementos claves para el mercado agroalimentario



Arriba, camiones a las puertas de un gran centro de distribución. En este caso, se trata de Mercabarna.

Tal como señalaba Antonio A. Monteiro, Catedrático de la Universidad Técnica de Lisboa en un artículo de la revista Horticultura, especial Climas Suaves: «Una región de invierno suave sólo tiene interés hortícola en cuanto al mercado para comercializar los productos que allí se producen fuera de estación.» En este sentido, es evidente que la


Sumario

El reto de la distribución en el negocio hortícola
Pág. 27

Cambio de valores en el mercado agroalimentario
Pág. 30

La logística, al servicio del transporte
Pág. 37

Ventajas comparativas: motor de intercambios comerciales
MIGUEL MERINO PACHECO
Pág. 40



El informe sobre «Comercio y logística hortícolas» ha sido coordinado por: Mirella Pascual, Mónica Fernández, Marcel Aragonés, Marga Mallol, Anna Vilamau, INDE y Pere Pápareit de Ediciones de Horticultura, S.L.



Arriba, contenedores de Iberia Cargo para el transporte en avión de frutas y hortalizas. Gracias a la mejora de los métodos de la logística de la distribución agroalimentaria y el desarrollo de las infraestructuras en los transportes, hallamos productos frescos en los principales centros de consumo prácticamente durante todo el año.

mejora de los métodos de la logística de la distribución agroalimentaria y el desarrollo de las infraestructuras en los transportes han influido notablemente, posibilitando a su vez, el desarrollo hortícola de muchas de las regiones de clima suave.

Satisfacer a un consumidor cada vez más exigente, que demanda diversidad de productos,

variedades de calidad y, a ser posible, a lo largo de todo el año, son los retos de la gran distribución. Alcanzar estos objetivos es posible si los proveedores, incluyendo productores, y los puntos de venta cuentan con la información y coordinación adecuada.

En los eslabones básicos que constituyen la cadena que

une a productores, distribuidores y comercializadores, interviene un gran número de empresas y cada una, dentro de su campo específico de actividad, actúa ofreciendo el apoyo logístico necesario para el correcto funcionamiento del proceso.

El primer artículo de este Informe Extra se basa en la importancia de la logística como elemento unificador entre los diferentes factores que influyen en el mercado agroalimentario. El equilibrio entre la disminución de los costes y la diferenciación de los productos, junto con una acertada especialización contribuyen enormemente al éxito de la producción y de la distribución.

Satisfacer a un consumidor cada vez más exigente, que demanda diversidad de productos, variedades de calidad y, a ser posible, a lo largo de todo el año son los retos de la gran distribución

La calidad del transporte, prestatario de la logística, -de ello se habla en el segundo artículo del informe-, es un requisito de suma importancia para la distribución y se ha convertido en un elemento clave del negocio hortícola a nivel mundial. Dicho artículo, titulado: *La logística, al servicio del transporte*, ofrece una visión actualizada de cómo operan los distintos medios de transporte en España en el mercado de la fruta y la hortaliza. Camiones, trenes, asociaciones de transportistas, puertos y transporte aéreo son los protagonistas.

Este Informe Extra se cierra con una página de opinión de Miguel Merino Pacheco, Economista agrario, cuya idea principal es que los intercambios comerciales resultan beneficiosos, tanto para compradores como vendedores.