

ESPECIAL EXPORTACIÓN

Calidad, innovación y tecnología empujan las exportaciones agroalimentarias españolas

La calidad, la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación a procesos y productos son, entre otras, las claves del éxito que la marcada tendencia creciente de las exportaciones agroalimentarias españolas han puesto de manifiesto, según destaca en su último informe correspondiente a 2017 la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). Así, en ese año esta industria ha vuelto a superar sus ventas internacionales, situándose por encima de los 30.650 millones de euros tras acumular un nuevo crecimiento del 9%.

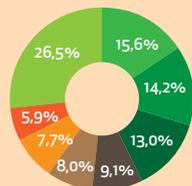
Por su parte, las importaciones de bienes de consumo y, en particular, la de productos alimenticios han seguido aumentando su presencia dentro de la oferta global de la economía española, aunque su cuota de penetración, tanto sobre el total de bienes como de manufacturas, ha evolucionado más lentamente de lo que lo han hecho las exportaciones. Concretamente en 2017 se establece un crecimiento ligeramente superior al de las exportaciones, del orden del 9,2%, que siendo notablemente significativo todavía sitúa su valor por debajo de los registros con los que se han cerrado las ventas externas.

“Por tanto, en términos de apertura, es decir, atendiendo a la participación de las exportaciones sobre el valor generado en el sector, la industria de alimentos, bebidas y tabaco sigue mostrando un recorrido amplio e intenso y, con las últimas cifras disponibles correspondientes a 2017, se establece próximo al 97,8%, una participación que aunque alejada de los referentes industriales despeja cualquier duda sobre la positiva transferencia que la cartera exterior ha propiciado al crecimiento de la actividad de este sector”, subraya la patronal alimentaria.

Las cuentas de resultados de las empresas del sector de alimentos y bebidas se han visto fortalecidas ante la continua expansión de sus carteras de clientes exteriores, abriéndose paso en nuevos mercados que les proporcionan no sólo crecimientos de actividad sino diversificación de riesgos. Su aptitud aperturista se ha manifestado en 2017 en un nuevo impulso exportador que se salda con un balance comercial positivo superior a los 8.200 millones de euros, un 8,6% más que en el ejercicio anterior.

Buena parte de estas rentas externas ha seguido teniendo su origen en el contex-

Distribución geográfica de las exportaciones de la Industria de Alimentación y Bebidas de la UE-28, porcentajes



■ Países Bajos ■ Francia
■ Italia ■ R. Unido
■ Alemania ■ España
■ Bélgica ■ Resto

Fuente: Data Comex. Ministerio de Economía y Competitividad.

Principales destinos de las Exportaciones (% porcentajes)



► El comercio mundial seguirá creciendo de forma robusta

A pesar de la política comercial de Estados Unidos, el comercio mundial seguirá “creciendo de manera robusta” en 2018 de acuerdo con el último informe difundido por Crédito y Caución. La aseguradora de crédito recuerda que 2017 protagonizó una aceleración del comercio, que pasó del 1,4% de 2016 al 4,5%. Estados Unidos lideró el repunte (4,1% frente al 0,2% de 2016), creciendo por encima de la eurozona (3,5%) y por debajo de las altas tasas de las economías emergentes de Europa Oriental (8,9%), Asia (7,3%) y América del Sur (4,9%).

“El fuerte repunte de 2017 se debió en parte a la recuperación. Por lo tanto, en 2018 y 2019, esperamos que el crecimiento del comercio mundial se desacelere levemente, pero se mantenga sólido en torno al 3,5%”, subraya la aseguradora.

Esta perspectiva optimista está sustentada en tres fundamentos: los efectos limitados desde 2016 de la incertidumbre política sobre la toma de decisiones económicas, el sólido crecimiento de Estados Unidos con una fuerte recuperación de los flujos de inversión y la contribución significativa de China al comercio mundial, con fuertes crecimientos de sus exportaciones (6,8%) e importaciones (7,3%). No obstante, el informe señala algunos “cuellos de botella” como la “grave escasez de financia-

ción” para las pymes en Asia, América Latina, África y Oriente Medio.

El informe considera que “la posible introducción de un arancel del 20% sobre los automóviles, que la administración Trump está considerando en la actualidad, sería una grave escalada” del crecimiento del proteccionismo. El estudio recuerda que tras la crisis financiera de 2008 “se implementó una montaña de políticas proteccionistas” que comenzó a reducirse progresivamente a partir de 2014. El hecho de que Estados Unidos haya revertido esa tendencia tiene todavía efectos reales muy limitados.

“La pregunta es si esta política, en su intensidad actual aunque limitada, reducirá significativamente las expectativas de crecimiento del comercio mundial. Después de todo, los aranceles anunciados solo se refieren a una muy pequeña parte de los más de 17 billones de dólares del comercio mundial anual”.

Además, la aseguradora recuerda que, la Unión Europea, Asia o América del Sur han intensificado las conversaciones para renovar o introducir nuevos acuerdos comerciales. “Esta evolución ofrece un claro contrapeso al de Estados Unidos. Sin embargo, solo puede esperarse que su efecto positivo se sienta en un mayor crecimiento del comercio global a largo plazo”.

to europeo, más específicamente en el marco de la UE-28, y Francia se mantiene como el principal destino de nuestras ven-

tas agroalimentarias, con el 15,7% del total de las exportaciones por un valor de 4.730 millones. Le sigue Italia (3.999 M€),

Portugal (3.428 M€), Reino Unido (1.955 M€) y Alemania (1.735 M€).

De hecho, la industria española ha representado el 9,1% de las exportaciones totales de productos alimenticios, incluyendo bebidas, realizadas por la UE-28 en este último año, manteniéndose entre las cuatro primeras economías que en mayor medida contribuyen a elevar la presencia de la industria alimentaria europea en un contexto global.

Desde la perspectiva de cliente, la economía española también está fortaleciendo dicha presencia y, en 2017, Francia, Alemania, Holanda, Italia y Portugal han ampliado su cuota de mercado en el territorio español.

Fuera de la Unión Europea, Estados Unidos vuelve a consagrarse como primer destino extracomunitario de nuestras exportaciones agroalimentarias, alcanzando un valor de 1.659 millones, un 7,6% más que el año anterior. China se sigue destacando en segunda posición con más de 1.000 millones, seguido de los Países Bajos (946 M€), Japón (819 M€) y Bélgica (628 M€). Asimismo, destaca el avance del mercado marroquí, cuyas compras en el último año aumentaron más de un 41%.

En cuanto a la clasificación por productos, los derivados del cerdo lideran la clasificación como los más exportados por nuestro país, superando los 4.700 millones. Se destaca después el aceite de oliva (3.931 M€), los productos del pescado (3.463 M€), el vino (2.962 M€) y las conservas vegetales (1.511 M€).

Otros productos que completan el cuadro de los diez más exportados son los productos del dulce, la leche y los productos lácteos, las aceitunas de mesa, los zumos y los productos del bovino.

“La dinámica exportadora de la industria de alimentos y bebidas española ha vuelto a sorprender por su intensidad. Indizado su valor en 2010, para mejorar la comparativa internacional, la industria alimentaria española se presenta en 2017 como una de las más dinámicas, con perfiles que superan a los valores medios del conjunto de la UE-28, contando para ello con un mayor número de empresas que se incorporan a la estrategia de la diversificación geográfica. En iguales términos, esto es, indizadas, las importaciones no habrían alcanzado este referente, un resultado que avala las ganancias obtenidas en la balanza de bienes por cuenta corriente”, resume el informe elaborado por FIAB.

UNIQ

garantía · calidad · cartón

Descomposición:
2 meses



Descomposición:
400 años



SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD,
SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es



Los puertos españoles baten récords: 545 millones de toneladas movidas en 2017

Las importaciones, 202,3 millones de toneladas, crecieron un 8,1%, y las exportaciones, 96,7 millones, un 7,4%

Los 46 puertos de interés general, coordinados por la entidad Puertos del Estado, han registrado un nuevo máximo histórico al mover 544.957.382 toneladas en 2017, con un incremento del 6,96% respecto al año anterior. Este dato confirma la progresiva recuperación de la economía española ya que cerca del 85% de las importaciones y el 60% de las exportaciones españolas se realizan por vía marítima. Así, del total de mercancías movidas, 202,3 millones de toneladas (38%) correspondieron a importaciones y 96,7 millones (18,2%) fueron exportaciones.

Prácticamente todos los tipos de mercancías movidos en los puertos experimentaron incrementos significativos. Así, la mercancía general, la más numerosa, ya que representa el 47,5% del total movido, con 252,5 millones de toneladas, creció un 7%. Los graneles líquidos, el segundo gran grupo de mercancías (33,5% del total), crecieron un 6,6% hasta superar los 178,5 millones de toneladas. Finalmente, los graneles sólidos (19% del total) fueron los que más que crecieron, un 9,8%, hasta superar los 101 millones de toneladas.

Los puertos españoles continúan siendo una buena opción para el tránsito de mercancías con destino a terceros países como lo demuestran los cerca de 137 millones de toneladas movidas, y con un incremento del 12% ya representan el 25% del total, lo cual supone que 1 de cada 4 toneladas que pasa por un puerto español lo es en tránsito. Igualmente, el tráfico ro-ro -vehículos industriales cargados de mercancías que se embarcan para evitar largos trayectos de carretera -ha crecido un 6,8% hasta superar los 57 millones de toneladas, entre las que destacan más de 3,4 millones de vehículos, 25,2 millones de toneladas de harinas, cereales, piensos y forrajes, o los 10,1 millones de frutas, hortalizas y legumbres, etc.

En la misma línea, los contenedores, la forma más extendida de transportar la mercancía general por vía marítima, alcanzaron los 15,9 millones de TEUs (contenedores de 20 pies) con un incremento del 5%. De estos, el 53,3%, es decir 8,49 millones de TEUs lo fueron en tránsito.

Respecto al número de buques, la tendencia al gigantismo que se apreciaba en la década pasada se ha estabilizado, manteniéndose en cifras similares. Así, aunque el número de buques que pasó por nuestros puertos, 156.046, se incrementó un 3%, las unidades de arqueo bruto de los mismos tan sólo crecieron un 1,6%.

No obstante, a tenor de los datos facilitados por las compañías navieras, en la actualidad están en construcción un buen número de buques con capacidad para 20.000 contenedores, lo cual incidirá de manera importante en la operativa portuaria en los próximos años, según destaca Puertos del Estado.



➤ El Puerto de Huelva se posiciona como nodo europeo en logística y exportación

El Puerto de Huelva se está configurando como uno de los grandes nodos logísticos del suroeste de Europa, además de motor económico de desarrollo y plataforma de exportación para toda su área de influencia, donde destaca Huelva como provincia europea líder en producción de frutos rojos. Una simbiosis que, junto a la próxima creación del hub logístico del frío para mercancías refrigeradas en la Terminal Intermodal del Muelle Sur, potenciará el puerto como plataforma de exportación para el sector agroalimentario.

Fruto del trabajo y gestiones realizadas ante los organismos competentes en los últimos meses, el Puerto de Huelva ya forma parte del Corredor Atlántico y se encuentra incluido por la Comisión Europea en la Red Transeuropea de Transporte. De esta manera, el puerto onubense enlaza con la red internacional a través de la línea Huelva-Sevilla y se posiciona en las cadenas logísticas globales como nodo logístico de referencia.

Esta realidad va a suponer un aumento de sus líneas y tráfico marítimo, así como del interés de las cadenas logísticas globales en el crecimiento de su hinterland como nodo de referencia en la conexión de las líneas ferroviarias europeas con las líneas internacionales de América, West África y el Norte de Europa Occidental.

En esta línea, el Puerto de Huelva está trabajando en la consolidación de un hub logístico de frío sostenible, una apuesta del puerto onubense por convertirse en un referente para el transporte y logística de mercancías refrigeradas. El hub estará situado en el Muelle Sur del Puerto de Huelva, aprovechando su situación geoestratégica y su conexión con distintos modos de transporte como el terrestre, marítimo y ferroviario.

En relación con su compromiso con la industria agroalimentaria, el



Puerto de Huelva sigue trabajando también en materia de innovación, muestra de ello es su acuerdo con Enagás para la puesta en marcha de un nuevo proyecto de eficiencia energética vinculado al aprovechamiento del frío residual (-160°C) de la planta de regasificación de esta compañía, que se reconducirá hasta la terminal para el abastecimiento de energía frigorífica a contenedores, suministrando temperaturas de hasta -36°C. Esta actuación permitirá una disminución de entre el 40 y el 50% en los costes energéticos, así como un ahorro del 90% en la hulla de carbono.

Para el Puerto de Huelva, el pasado periodo anual ha representado un récord histórico de tráfico, con un volumen de 32,3 millones de toneladas movidas y un aumento significativo en los tráficos tradicionales de graneles sólidos y líquidos. Además, el incremento del movimiento de contenedores, con un aumento del 387,14% en volumen con respecto al año anterior, ha supuesto la consolidación de su Terminal Intermodal.

De mantenerse el ritmo de crecimiento del tráfico de mercancías de estos primeros meses del año, parece muy pro-

bable que se puedan superar las previsiones realizadas por las Autoridades Portuarias, que estimaban que el actual

ejercicio se podría cerrar con un tráfico total próximo a los 550 millones de toneladas.

Evitar crisis de reputación en el sector agrícola español, prioridad para GLOBALG.A.P

ARMANDO GARCÍA

“La reputación ha matado al marketing”, así de contundente habló en Almería el vicepresidente de la certificadora GLOBALG.A.P ante cientos de representantes del sector hortofrutícola para hacerles entender la importancia de evitar en el futuro cualquier crisis que ponga en juego la credibilidad, la calidad y la transparencia de los primeros eslabones de la cadena alimentaria: los productores y los operadores comerciales en origen.

“En GLOBALG.A.P estamos realmente impactados ante crisis de reputación generadas en los mercados europeos a consecuencia de las dudas sobre la gestión sostenible del agua en el sureste español, las denuncias dirigidas desde Francia sobre el presunto uso de fitosanitarios prohibidos en tomates de Almería o las acusaciones de presuntos abusos a mujeres temporeras en Huelva”, según Flavio Alzueta, vicepresidente de la mayor certificadora de pro-



El Encuentro de Innovación Abierta fue inaugurado por el consejero de Agricultura de la Junta de Andalucía.

ductos frescos del mundo, que actualmente asegura la calidad de más de 200.000 productores en 125 países, destacando especialmente con su certificación en flores y plantas y por su estándar propio para semilleros.

Conscientes de la importancia de las crisis de reputación, cuyas consecuencias comerciales pueden llegar a ser desastrosas, en el equipo técnico de GLOBALG.A.P han trabajado para ofrecer al sector algunas estrategias que permitan superar los episodios temporales de falta de credibilidad. En este sentido, GLOBALG.A.P ofrece al sector agrícola español la posibilidad de crear módulos específicos de certificación para abordar las crisis de reputación de una forma práctica y realista.

“Vamos a poner en marcha una mesa de trabajo donde participen supermercados y productores para analizar los fallos que se puedan estar cometiendo y encontrar las soluciones que satisfagan a todas las partes implicadas, pero siempre con el objetivo de evitar dudas que entorpezcan la comercialización de un determinado producto o de los productos procedentes de una determinada zona”, según Flavio Alzueta, quien apunta a la bioseguridad en bananas o a la gestión del agua en el sureste español como ejemplos de crisis de reputación pendientes de resolver.

Una prueba evidente de las iniciativas que GLOBALG.A.P emprende para ayudar a los productores es la creación del nuevo módulo de certificación GLOBALG.A.P FSMA, obligatorio desde el 1 de julio de este año para todos los operadores comerciales que quieren vender en el mercado norteamericano, “donde la calidad y la trazabilidad tienen una gran importancia si se tiene en cuenta que, ante cualquier incidencia, la legislación norteamericana aplica responsabilidad criminal al importador”, según Flavio Alzueta.

LA GESTIÓN DEL AGUA

Entre las amenazas que se ciernen sobre el sector hortofrutícola español, GLOBALG.A.P pone el acento en la gestión del agua. No es casualidad, ya que la certificadora global nació con el objetivo de fomentar una agricultura sostenible y segura en todo el mundo. Tanto es así, que la organización ha hecho suyos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. En total, 17 objetivos y 160 indicadores que se han con-

pasa a la **página 16**

Innova **E**mprende **D**irige



Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias

9ª Edición

www.masteragroalimentario.es



Acción formativa incluida en el Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

APYQVADO POR:



OCTUBRE 2018

SEPTIEMBRE 2019

Los envases de cartón ondulado suponen menos emisiones de CO₂ que las cajas de plástico reutilizable

Estudio de huella de carbono de envases para la exportación de productos hortofrutícolas

La inquietud por la legislación basada en las 3R - Reducir, Reciclar, Reutilizar- ha llevado al Instituto para la Producción Sostenible (IPS) a identificar una de las principales actividades que utiliza materiales reciclables y reutilizables, la exportación de frutas y hortalizas. Este motor económico utiliza las dos opciones de envase, cartón ondulado de un solo uso y plástico reutilizable, y precisamente es España uno de los mercados más importantes para ambas opciones al ejercer el liderazgo como primer exportador hortofrutícola de Europa.

Con el objetivo de combatir el cambio climático, el IPS, entidad sin ánimo de lucro que promueve una cultura empresarial de la sostenibilidad, ha encargado a la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) el estudio de la huella de carbono de envases empleados para el transporte internacional refrigerado por carretera de productos hortofrutícolas, que supone un trabajo comparativo de la huella de carbono de los dos envases más utilizados en la exportación de frutas y hortalizas: las cajas de cartón ondulado de un solo uso y las cajas de plástico reutilizables.

“Era necesario un estudio que analizase las emisiones de CO₂ de ambas cajas en todo el ciclo de vida. La lucha contra el cambio climático es hoy uno de los principales desafíos en la agenda global y las acciones por el clima que abordan los efectos inevitables”, destacó José Cabrera, presidente de IPS.

Este estudio, dirigido por Salvador Capuz, catedrático de Proyectos de Ingeniería de la Universidad Politécnica de Valencia, concluye que el uso de envases de cartón ondulado para el transporte de frutas y hortalizas supone menos emisiones de CO₂ que las cajas de plástico reutilizable y son más beneficiosos en la lucha contra el cambio climático.

ANÁLISIS EXHAUSTIVO DE LA HUELLA DE CARBONO

El estudio se centra en los factores que afectan al cambio climático, y por ello compara la huella de carbono de diferentes tipos de cajas de cartón ondulado y de plástico reutilizable, seleccionando 6 productos hortofrutícolas como representativos de las exportaciones –tomate, berenjena, calabacín, melón, pepino y pimiento–, de la vida promedio de la caja, 1 uso para las de cartón ondulado y 20 y 50 usos para las de plástico reutilizable, un porcentaje de pérdidas/roturas de 0,1% para las cajas de cartón ondulado y 1% para las de plástico reutilizables, y de los destinos de exportación situados a 1.500 km (Francia), y 2.500 km (Alemania).

Salvador Capuz, apunta que, para los diferentes escenarios se ha determinado la huella de carbono, cantidad total de emisiones de CO₂ y otros gases de efecto invernadero (GEI) que se generan durante todo el ciclo de vida de las cajas, desde la obtención de materias primas, fabricación, transporte, uso, mantenimiento, hasta el tratamiento de residuos, etc.

Capuz desveló que las cajas de cartón ondulado generan hasta un 69,22% menos de emisiones de CO₂ equivalente que las cajas de plástico reutilizable en el transporte de tomate a Alemania utilizando cajas de cartón ondulado y comparando con cajas de plástico con vida promedio de 20 usos. Desde el punto de vista del efecto sobre la categoría de cambio climático del planeta, ésta es una de las conclusiones que sitúan a las cajas de cartón ondulado en una posición de ventaja frente a las cajas de plástico reutilizables.

El estudio se centra en el análisis de productos hortofrutícolas representativos que suponen el transporte de 1.875 millones de toneladas anuales a Francia y Alemania. Si estas exportaciones se realizaran exclusi-

vamente en cajas de cartón ondulado se ahorraría hasta 70.000 toneladas de CO₂, lo que equivale a retirar de la circulación casi 50.000 vehículos.

El presidente de IPS añadió que el estudio refuerza la superioridad ambiental de las cajas de cartón ondulado en la lucha contra el cambio climático. “En este estudio nos hemos centrado sólo en un 15% de la exportación de frutas y hortalizas, pero si tenemos en cuenta la cifra global de exportaciones de productos hortofrutícolas de España, que según cifras oficiales de FEPEX alcanza los 12,3 millones de toneladas, podríamos decir que el transporte en cajas de plástico reutilizable supone añadir la contaminación de más de 400.000 vehículos. Un dato que no nos podemos permitir si España quiere alcanzar el objetivo europeo de reducir al menos un 40% las emisiones de gases de efecto invernadero para 2030”.

MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

El divulgador científico Manuel Toharia considera importante promover modelos de negocio sostenibles para todos los eslabones de la cadena en la exportación de productos hortofrutícolas. “La libre elección de envases permitiría a los productores optar por la opción más respetuosa con el medio ambiente a la vez que la más rentable y segura. La solución al problema del cambio climático la encontramos en la priorización de materiales renovables”, señaló Toharia.

Para ello, recordó que la legislación española fomenta la utilización de envases y embalajes sostenibles, y los define, según la Ley de Residuos de 2011, como los fabricados con materia prima renovables, reciclables y biodegradables poniendo como ejemplo a los de papel, cartón ondulado, cartón compacto o madera. “Es necesario por tanto que se cumpla la ley”.

viene de la **página 15**

vertido en la espina dorsal de los diferentes módulos de certificación de GLOBALG.A.P.

Este enfoque es el que ha hecho posible, por ejemplo, el nacimiento del módulo adicional SPRING, dedicado exclusivamente a certificar la gestión sostenible del agua. En la misma línea, GLOBALG.A.P ha desarrollado el sello GGN (www.ggn.org/es/) para certificar que un producto ha sido obtenido de forma sostenible y responsable. Inicialmente, el sello GGN está disponible para acuicultura y para ornamentales con un carácter voluntario. Para obtener dicho sello, el productor debe estar antes certificado por GLOBALG.A.P y cumplir también con los requisitos de GRASP, el módulo que certifica las buenas prácticas sociales en la gestión de la mano de obra.

La preocupación de las grandes cadenas de supermercados por la gestión sostenible del agua es una tendencia creciente. Cada vez, más consumidores están sensibilizados con la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. Esto ha motivado que la cadena alemana EDEKA haya alcanzado un acuerdo con la organización ecologista WWF para desarrollar un proyecto conjunto que consiste en visitar las zonas de cultivo y comprobar sobre el terreno el origen del agua utilizada en la agricultura para detectar casos en los que la exportación de alimentos frescos se base en la explotación irracional de los recursos hídricos.

SOSTENIBILIDAD, ARGUMENTO DE VENTA

Actualmente, desarrollar una estrategia basada en la sostenibilidad no es un asunto exclusivo de GLOBALG.A.P, sino una tendencia generalizada entre las grandes cadenas de distribución para dar respuesta a las inquietudes y demandas de los consumidores. “El consumidor es el prescriptor, por eso es fundamental conocerlo bien”, asegura el vicepresidente de GLOBALG.A.P, quien reconoce que en su organización se recopilan continuamente grandes dosis de información sobre el funcionamiento de la cadena alimentaria en todo el mundo.

Con esa información privilegiada en la mano, GLOBALG.A.P sabe con certeza que los consumidores europeos anteponen actualmente la calidad al precio. “Sabemos, incluso, que en cada país hay un producto clave en el que se fija el consumidor para decidir si un supermercado responde a sus expectativas y merece la pena repetir la experiencia o si por el contrario debe llenar su cesta de la compra en otro sitio. Los alemanes se fijan en la calidad de los tomates, los franceses en el calabacín, los ingleses en las patatas y los suizos en las lechugas”, explica Flavio Alzueta.

El vicepresidente de GLOBALG.A.P visitó Almería para analizar, desde el punto de vista de su organización, los principales retos que debe abordar a corto plazo el sector hortofrutícola almeriense. La ponencia de GLOBALG.A.P formaba parte del Encuentro de Innovación Abierta, organizado por las Consejerías de Agricultura y Economía de la Junta de Andalucía, en colaboración con la Fundación Andalucía Emprende.

ESTUDIO DE HUELLA DE CARBONO DE ENVASES AGRÍCOLAS EMPLEADOS PARA EL TRANSPORTE INTERNACIONAL REFRIGERADO DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS POR CARRETERA. (FRANCIA - ALEMANIA)

Vs

CONCLUSIONES

Los envases de cartón ondulado emiten menos CO₂ que las cajas de plástico reutilizable y son más beneficiosas en la lucha contra el cambio climático.