

Comercio exterior

Débil logística para exportar alimentos

➤ México carece de infraestructura para el manejo de productos

➤ Faltan nodos de transferencia para garantizar la cadena de refrigeración

DAINZÚ PATIÑO
dpatiño@elfinanciero.com

Empresas mexicanas enfrentan retos en materia logística para la exportación de alimentos. Esto derivado de la falta de infraestructura, transporte y capacitación para el manejo de frutas, carne y verduras que necesitan ser refrigeradas durante todo su trayecto, explicó en entrevista Éric Porras, director de Investigación del Centro de Innovación en Logística y Comercio de México (Ciltec).

Los costos para la transportación refrigerada aumentan entre 25 y 30 por ciento, en comparación con un medio de transporte convencional, lo que genera un mayor costo logístico para llevar los productos al extranjero. También faltan nodos de transferencia en puertos y aeropuertos para garantizar la cadena de frío, señaló.

“Los mayores retos se enfrentan luego de la cosecha, existen pocas instalaciones especializa-

das para el manejo, consolidación y almacenamiento refrigerado. Con ello no se garantiza el suministro constante de temperatura fría a los productos, esto provoca que se deterioren rápidamente, y no se cumplan con los estándares de calidad que requieren en el extranjero”, dijo.

Son las grandes empresas las que tienen capacidad para la exportación de productos, dejando fuera a pequeños y medianos productores quienes se enfocan en atender al

mercado nacional, añadió Lorenzo Ysasi, director del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (Comce).

De no solucionar esta problemática, perdemos oportunidades en mercados que se abrirán tras el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP), el cual tiene por objetivo diversificar los mercados para las exportaciones mexicanas, especialmente enfocándolas al mercado asiático, advirtió Ysasi.

BIODIVERSIDAD, EL ATRACTIVO

Representantes de cámaras de comercio de Israel, Jordania y China, han señalado que uno de los principales atractivos para hacer negocios con México es su biodiversidad para la alimentación y la agricultura. Entre los productos atractivos destacan

berries, papaya, piña, jitomate y plátano, así como los alimentos procesados.

Más de 70 por ciento de las exportaciones mexicanas de agroproductos tienen como destino Estados Unidos, Japón, Canadá, Venezuela y Guatemala, de acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

“De no solucionar esta problemática, perderemos oportunidades en mercados que se abrirán tras el TPP”

Lorenzo Ysasi
Director del Comce

