COMERCIO EXTERIOR & TRANSPORTE

Montevideo • Sábado 26 • Domingo 27 • Marzo 2022 • Suplemento de 12 páginas • Año XXII • Nº 219

Uruguay resiste a los daños colaterales

El esfuerzo del sector marítimo-portuario nacional por mantener la conectividad de los puertos locales ha hecho posible que los buques continúen con sus servicios y que, en plena crisis internacional por la guerra Ucrania-Rusia, las exportaciones uruguayas sigan contando con disponibilidad de bodega, tanto en graneles como en mercaderías contenerizadas

• **Páginas 2 a 5**

AS ONE, WE CAN.

ONE

OCEAN NETWORK EXPRESS

25 de Mayo 491 – Piso 2
Tel.:+598 29172620
Email: uy.sales.all@one-line.com
Montevideo, Uruguay
www.one-line.com

Disponibilidad de bodega, la vacuna para la nueva crisis

Mantener la conectividad y conservar las escalas de los grandes buques en los puertos uruguayos será fundamental para garantizar la cadena de suministros y la salida de las exportaciones

En un nuevo escenario de crisis mundial, una vez más queda de manifiesto la importancia de la disponibilidad de bodega en los puertos para conservar la cadena de suministros y mantener la economía de los países.

Uruguay no está por fuera de esta realidad y, de la misma manera que ha sido ejemplo durante la emergencia sanitaria, también apunta a serlo en la actualidad, en el contexto de la crisis por el conflicto bélico en Ucrania, tras la invasión rusa.

La conectividad y la llegada de las líneas navieras más importantes a los puertos uruguayos son vitales para la producción agrícola del país y para la industria nacional, pues un corte de la cadena de insumos, o bien un obstáculo para la salida de mercaderías, repercutiría negativamente en la producción primero, y en las exportaciones después.

Que el puerto de Montevideo siga captando a las grandes líneas es vital para el comercio exterior uruguayo

En ese sentido, luego de consultar a varios actores importantes de comercio exterior del país, se podría asegurar que la vacuna para esta nueva crisis es la disponibilidad de bodega y la conectividad para garantizar la llegada y salida de mercaderías hacia y desde una región que recobra gran significado en el mundo.

Sabida es la importancia de Rusia y Ucrania en lo que respecta a la producción de alimentos, por lo que el freno que ha significado la guerra en ese sentido, elevará la demanda hacia las producciones de América del Sur.

Sin embargo, lo que puede parecer una buena noticia a primera vista, hay que entender que lo mismo que causa esa circunstancia, también limita la llegada de fertilizantes, por ejemplo, fundamentales para tener buenas cosechas en en la región, tanto en calidad como en volúmenes.

"Es un boomerang y un arma de doble filo", dijo un importante productor agrícola uruguayo, que mostró su preocupación e incertidumbre acerca de lo que pasará con el transporte, el flete y las conexiones con los mercados que siguen abiertos.

Está claro que Uruguay va a tener problemas en su cadena de producción, porque lo están padeciendo las grandes potencias y no se puede estar ajeno a la globalidad de las circunstancias.

En Reino Unido, varias empresas debieron cerrar sus puertas debido a la falta de insumos energéticos y de base para su producción, algo que empieza a preocupar a los países desarrollados.

El combustible, la energía, los fertilizantes son todos bienes preciados y que empiezan a tener dificultades de producción o de logística. En cualquier caso, el encarecimiento es el primer impacto, algo que golpea más fuerte a los países que están más lejos de los mercados abastecedores o de consumo, dependiendo del caso.

Esta realidad pone a prueba una vez más a los puertos uruguayos, que con poca carga de origen deben ingeniarse para atraer a las grandes navieras en pos de la preservación de la conectividad que conlleva todo lo antes mencionado.

En ese aspecto, Uruguay parece estar bien plantado y hasta se podría decir que casi blindado, pues la confianza que el sector marítimo-portuario del país brinda hacia las compañías navieras ha superado prueba tras prueba en los últimos años.

Uruguay ha mantenido la llegada de los buques y también la disponibilidad de bodega para las exportaciones, pero también ha asegurado el abastecimiento, incluso en el tiempo más duro de la pandemia de Covid 19. En su momento, eso permitió hacer frente a la crisis sanitaria, con la llegada de insumos médicos

Las dificultades de operar en Rusia

Los representantes de las líneas marítimas que operan contenedores en Uruguay indicaron a Comercio Exterior & Transporte que las dificultades tras el estallido de la guerra de Ucrania-Rusia tienen muchas aristas. Por un lado suspendieron las escalas en los puertos rusos y por otro está el aspecto regulatorio, que tiene que ver con las medidas de bloqueo que está tomando occidente con Rusia, tanto de carácter económico, como político y comercial.

Pero más allá de eso, existe un aspecto de seguridad muy importante, pues las líneas necesitan preservar sus navíos, sus equipos, la carga y, fundamendamentalmente, su tripulación. En ese sentido, una de las personas consultadas recordó que cuando empezó el conflicto fueron atacados al menos dos barcos.

Todo esto también tiene una arista económica, ya que si una línea toma la decisión de entrar en la región del conflicto, automáticamente se activa el mecanismo de seguro por riesgo de guerra, lo que eleva considerablemente los costos de las escalas.

También en materia económica, el trancazo que occidente impuso en el sistema Swift para las transacciones rusas, hace que los cobros sean más complicados.

Por otra parte, el combustible no es un dato menor, ya que el precio del "bunker" aumentó aproximadamente el 70% desde febrero a la fecha. Por esta razón, las navieras están evaluando la aplicación de los BAF (Bunker Adjustment Factor), que es un cargo adicional que cobran los cargadores para compensar las fluctuaciones en el costo del combustible.

(tapabocas, jeringas, etcétera), pero hoy la mirada está puesta en los implementos necesarios para hacer funcionar la industria y la producción nacional.

El compromiso de las navieras con Uruguay no es producto de la casualidad, ni del flujo de carga que genera el país, sino que tiene años de trabajo detrás y un prestigio bien ganado por parte de todo el sector.

Es claro que por producción propia Uruguay no tiene la masa crítica como para convocar a las grandes líneas o seducirlas para que lleguen a Montevideo. Sin embargo, el hecho de ser un puerto de tránsito y que la región confíe en Montevideo y Nueva Palmira para pasar por ellos gran parte de su producción con destino a terceros países, justifica que las compañías más importantes, en especial las de contenedores, elijan recalar en Uruguay y desarrollar aquí parte de su operativa de transbordo.

En este sentido, más allá de las bondades que pueden ofrecer los puertos uruguayos, la piedra angular es el trabajo constante del sector marítimo-portuario. Pese a que muchas veces han sido cuestionadas y discutidas por algunos sectores, hoy queda de manifiesto la importancia de que haya líneas con oficinas propias en Uruguay, que apuestan porque tienen la seguridad de contar con un mercado que puede funcionar gracias a los puertos y sus rendimientos. Pero también se suma el rol de las agencias, que son representantes de las líneas en el país y las encargadas de convencer a quienes toman las decisiones.

Las cargas en tránsito son fundamentales para que las principales líneas decidan operar en Uruguay

Todos estos actores están nucleados en el Centro de Navegación, cuya presidente, Mónica Ageitos, aseguró que se seguirá trabajando para que esta conectividad no se vea resentida *(ver páginas 4 y 5)* y para asegurar que Uruguay siga contando con disponibilidad de bodega y mantenga la cadena de suministros, superando una vez más las dificultades a nivel mundial.

Esta idiosincrasia del sector es la que ha permitido, entre otras cosas, que en épocas de congestionamiento global Uruguay registrara récords de exportaciones pese a la lejanía de sus principales mercados. De la misma manera, hoy la expectativa está puesta en volver a salir adelante enfrentando los nuevos desafíos.

Algunos actores del sector logístico coincidieron en que hoy, más que nunca, está claro que Uruguay no puede quedar aislado, que no puede depender de otros puertos para tener a los barcos importantes en la región porque a los sobrecostos que la crisis ya trae aparejados, no le cabe ningún obstáculo más como el de estar supeditado a conexiones con otros países para poder recibir los insumos y sacar la mercadería de exportación.

Otros referentes consultados por *Comercio Exterior & Transporte* fueron más allá; insistieron en que a las dificultades actuales no se le pueden agregar problemas de conectividad y dijeron que eso sería el fin para buena parte de la producción uruguaya. “Con problemas para obtener los insumos y sin bodega para sacar la producción desde nuestros puertos, no sería posible competir en ningún mercado y tampoco mantener la economía del país”, explicó uno de los empresarios.

El valor de la conectividad en tiempos de guerra

La presidente del Centro de Navegación, Mónica Ageitos, analizó las exportaciones y el comercio de Uruguay con Rusia y Ucrania, los impactos del conflicto bélico en la logística desde y hacia el país

La guerra en Ucrania, tras la invasión rusa, continúa generando impacto en el comercio mundial y en la logística global, más allá del intercambio de bienes entre el mundo y la zona del conflicto y de las dificultades que pueden significar las medidas internacionales.

Uruguay no está exento de consecuencias en este sentido pues, si bien las dos naciones en guerra no son de los principales destinos de las exportaciones nacionales, las dificultades que las navieras atraviesan para operar en aquella región, sumado a las restricciones internacionales y a las propias decisiones de las líneas marítimas, han generado un cambio en el mapa logístico y un reposicionamiento de las compañías.

De esta manera, el puerto de Montevideo también espera expectante por el desarrollo de los hechos y por las decisiones de sus principales clientes, como lo son los armadores.

Comercio Exterior & Transporte dialogó con la presidente del Centro de Navegación, Mónica Ageitos, quien analizó la situación del sector y valoró la importancia de la conectividad que Montevideo mantiene gracias a la captación de las líneas más importantes.

Mónica Ageitos, se refirió a los desafíos del Centro de Navegación

frase

“El sector está expectante de lo que pase. Si bien nada de esto quiere decir que la mercadería no pueda llegar, está claro que no se puede desarrollar la misma logística que hasta antes del conflicto; en especial por la decisión de las navieras”

Mónica Ageitos
Presidente del Centro de Navegación

¿Cuáles han sido las principales decisiones de las compañías navieras en relación a la guerra Ucrania-Rusia?
Las decisiones que han tomado las navieras muestran distintas situaciones. Algunas no están tomando cargas con destino final Rusia o Ucrania por cuestiones de seguridad de sus buques, tripulación, equipos y de las propias cargas que transportan. También hay un tema de costos que tiene que ver con el incremento de los seguros al operar en la zona de conflicto. En otros casos, vemos que ciertas líneas siguen tomando cargas, pues podemos apreciar que continúan enviando algunos alimentos y medicamentos que, por supuesto, pueden sufrir alguna demora, algo que también impacta directamente en los costos y en la dinámica de la cadena logística. En ese sentido, entiendo que la carga de exportación que se sigue enviando tiene que ver con negocios que ya estaban cerrados antes del inicio de la guerra.

¿Qué sucede con las mercaderías cuyo destino final es Rusia o Ucrania y no están siendo tomadas por las navieras? ¿Y con las que están en camino a bordo de buques cuyas líneas han decidido no llegar a estos países?
Las cargas en viaje son un asunto delicado. Las navieras están intentando resolver esos casos ofreciendo cambios de destino. Al respecto, y en el caso de las mercaderías que todavía no han salido y son para esos países, si el cargador tiene forma de llevarse la carga a Rusia o a Ucrania desde un puerto del norte de Europa, la compañía se lo puede llevar hasta ese puerto y desde allí la responsabilidad será de quien la asuma.

¿Qué otras medidas han tomado los armadores?
Sabemos que algunas navieras han tenido una política dura, tratando de retirarse de todas las empresas que tienen en Rusia (terminales, depósitos, etcétera) y eliminando algún servicio interno. Eso es un impacto importante para todo el negocio marítimo.

¿Cómo han repercutido los efectos de la guerra en el puerto de Montevideo?
En lo que hace al comercio exterior, el movimiento que hay entre Uruguay y los países en conflicto no es muy significativo en materia de contenedores. En 2021 se movieron más de 3.300 teus de importación y más de 8.500 en tránsito hacia la región, especialmente con mercaderías como fertilizantes y químicos. En tanto, en el rubro de exportación se movilizaron poco más de 3.200 teus y casi 9.000 en tránsito desde la región. De esta manera, y en especial por aquellas navieras que decidieron no tomar mercaderías, podemos prever una baja de actividad que se va a sentir en los próximos meses. Por otra parte, en cuanto a la ocupación de bodega, en 2021 llegaron a Montevideo unas 20 mil toneladas de fertilizante y salieron unas 10 mil toneladas de soja. Pero donde vimos una cifra importante fue en la soja a granel que pasó en tránsito por Nueva Palmira desde Paraguay hacia Rusia, pues en 2021 se registraron más de 800 mil toneladas en ese rubro.

Con estos números, ¿cuál es la expectativa del sector?
El sector está expectante de lo que pase. Si bien nada de esto quiere decir que la mercadería no pueda llegar, está claro que no se puede desarrollar la misma logística que hasta antes del conflicto; en especial por la decisión de las navieras.

¿Cómo puede influir esta coyuntura en la logística en la que está inmerso el puerto de Montevideo? ¿Cómo impacta en la disponibilidad de bodega?
Obviamente ya estamos previendo un aumento en el precio del flete para esos tránsitos y, en lo que tiene que ver con la materia prima de importación que vienen desde esos países, la preocupación pasa por su llegada y por el aumento del costo de las mismas.

¿Cómo trabaja el sector y el Cennave para poder mantener la llegada de los servicios al puerto de Montevideo?
Las navieras siguen trabajando para tratar de que la logística se lleve a cabo de la misma manera; incluso asumiendo los sobrecostos que ocasiona esta situación para que las mercaderías sigan llegando a sus destinos. A nivel nacional, el Cennave y sus empresas representadas ya están trabajando intensamente para poder

salvaguardar estos tránsitos. Es una tarea difícil y una situación complicada, pero debemos hacer todos los esfuerzos.

¿Esta situación desnuda alguna carencia de la región o deja alguna enseñanza para el futuro?
Esto lo que demuestra una vez más es la importancia de mantener la conectividad para el país y de tener un puerto que siga seduciendo a las navieras, que estas se sientan a gusto llegando a Montevideo sin molestias ni sobrecostos. Esto es fundamental para mantener los servicios y la capacidad de bodega, tanto para las mercaderías nacionales de exportación como para tener en tiempo y forma los insumos necesarios para la producción nacional. Asimismo, es un punto vital para seguir captando cargas en tránsito, que son las que conforman la masa crítica y permite que Montevideo sea atractivo y que el costo del flete hacia el exterior se mantenga en un nivel de competencia para las mercaderías uruguayas. En ese sentido, y desde otros sectores, vemos que no se presta atención en cómo afecta este punto en la economía nacional y solo nos damos cuenta cuando estas ventajas se pierden.

¿Qué otros factores inciden en el mantenimiento de la conectividad y qué desafíos cercanos ve el Cennave al respecto?
La profundización y el mantenimiento de ella en el puerto de Montevideo es fundamental, tanto en el canal de acceso como en los muelles. Es un punto vital para seguir siendo competitivos en la región. Hoy se está trabajando en alcanzar los 13 metros en el canal de acceso y se está preparando un llamado a licitación para hacer un estudio del suelo que permita diseñar un proyecto para 14 metros y presentarlo, a través de la cancillería, a la Comisión Administradora del Río de la Plata (CARP).

Comercio con Rusia por el Puerto de Montevideo en 2021

- **Importación desde Rusia**
Contenedores: 3.250 teus (80% bitumen, 20% restante químicos, fertilizantes, bebidas, bobinas de papel, etcétera).

Granel: 19.922 toneladas (fertilizantes, sulfuros y urea).

- **Exportación hacia Rusia**
Contenedores: 2.917 teus reefer y 258 teus dry (carnes y menudencias, manteca, pescado, productos lácteos y tripas, cítricos, frutas).

Granel: 9.997 tons de soja.

- **Tránsito desde Rusia**
Contenedores: 8.691 teus (85% bitumen, 15% restante fertilizantes, químicos, bobinas de papel, etcétera).

- **Tránsito hacia Rusia**
Contenedores: 7.474 teus reefer y 486 teus dry (carnes y menudencias, pescado, cítricos, comida).

Comercio con Ucrania por el Puerto de Montevideo en 2021

- **Importación desde Ucrania**
Contenedores:107 teus (80% vasos/cristalería).

- **Exportación hacia Ucrania**
Contenedores: 46 teus reefer y 1 teu dry (cítricos y pescado).

- **Tránsito desde Ucrania**
Contenedores: 90 teus (sin especificar mercadería cargada).

- **Tránsito hacia Ucrania**
Contenedores: 995 teus reefer y 21 teus dry (pescado y químicos).

Comercio con Rusia por el puerto de Nueva Palmira en 2021

- **Importación desde Rusia**
20.192 toneladas (fertilizantes, sulfuros).

- **Exportación hacia Rusia**
6.968 toneladas de soja.

- **Tránsitos desde Rusia**
90.546 toneladas (fertilizantes).

- **Tránsitos hacia Rusia**
825.740 toneladas (el 97,5% de la carga correspondió a soja).

Comercio con Ucrania por el puerto de Nueva Palmira en 2021

- **Importación desde Ucrania**
6.999 toneladas (fertilizante líquido).

- **Exportación hacia Ucrania**
Nada.

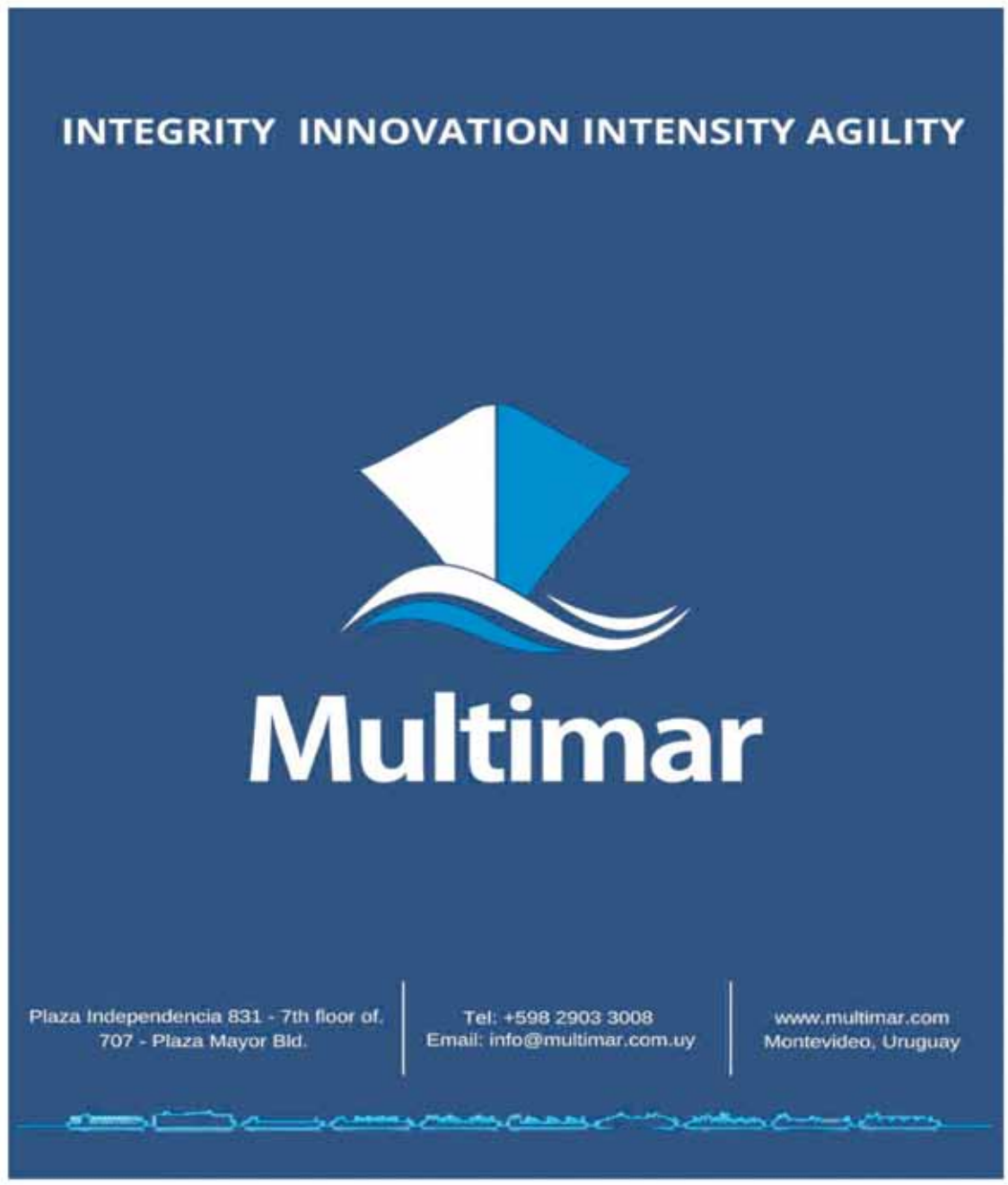
- **Tránsito desde Ucrania**
141 toneladas (fertilizante líquido).

** Datos proporcionados por el Centro de Navegación*

frase

“Las navieras siguen trabajando para tratar de que la logística se lleve a cabo de la misma manera; incluso asumiendo los sobrecostos que ocasiona esta situación para que las mercaderías sigan llegando a sus destinos. A nivel nacional, el Cennave y sus empresas representadas ya están trabajando intensamente para poder salvaguardar estos tránsitos. Es una tarea difícil y una situación complicada, pero debemos hacer todos los esfuerzos”

Mónica Ageitos
Presidente del Centro de Navegación



Carne paraguaya rumbo a Rusia espera en Montevideo

Parte de la exportación está en un "limbo" y se hace muy difícil redireccionarla por el tipo de corte y el etiquetado; se manejó la posibilidad de que quedara en el mercado uruguayo, pero hoy no es viable

Las complicaciones para llegar al mercado ruso en la actualidad también alcanzaron a la exportación de carne paraguaya, que tiene trancada parte de su mercadería contenerizada en el puerto de Montevideo.

Para conocer esta situación y ahondar en las dificultades que está enfrentando esta mercadería, *Comercio Exterior & Transporte* dialogó con el gerente de la Cámara Paraguaya de Carnes, Daniel Burt.

Las exportaciones paraguayas de carne están sufriendo las sanciones al mercado ruso

¿Cuál es la situación de la carga de exportación de carne paraguaya con destino a Rusia?
Hace tres semanas que están parados los envíos de carne hacia ese mercado. Todo empezó con la suspensión de este país en el sistema de la Sociedad para las Comunicaciones Interbancarias y Financieras Mundiales (Swift por sus siglas en inglés), que hizo casi imposible que se pudieran efectuar los pagos y los cobros en las transacciones con Rusia. Unos días después, llegó la decisión de las principales transportadoras de no llegar más hasta los puertos rusos. Sumado a esto tenemos también un problema de congestión en los puertos europeos donde había mucho transbordo.

¿Qué ha pasado con las cargas que ya estaban en viaje y que no han podido seguir su rumbo hasta el destino final?
Algunas cargas que estaban en puertos de Brasil, por ejemplo, dieron la vuelta; pero las que estaban en el mar debieron seguir. Se pudo cobrar algo a través de terceros países, pero el grueso de la carga está con destino incierto. Como los tratos son entre empresas privadas, lo que se pudo cobrar es porque algunos importadores rusos tienen bancos que no estaban afectados por la sanción o bien tienen cuenta en otros países y pudieron cumplir con sus obligaciones.

20 por ciento
de las exportaciones paraguayas de carne tienen como destino el mercado ruso, pero el principal país comprador de la producción cárnica guaraní es Chile, que se lleva el doble de lo que compra Rusia, según datos de los últimos años

70 países
son los que conforman la cartera de compradores de la carga paraguaya. Detrás de los principales mercados que son Chile y Rusia, aparecen Taiwán, Israel y Brasil, que tienen una participación del 10% cada uno del total de la producción,

¿Qué significa que está con destino incierto? ¿Esa carga se debe redireccionar?
No se puede redireccionar fácilmente, pues son cortes específicos, con etiqueta en ruso, con certificados sanitarios y sellados para un mercado especial.

frase

"Algunas cargas que estaban en puertos de Brasil, por ejemplo, dieron la vuelta; pero las que estaban en el mar debieron seguir. Se pudo cobrar algo a través de terceros países, pero el grueso de la carga está con destino incierto (...) No se puede redireccionar fácilmente, pues son cortes específicos, con etiqueta en ruso, con certificados sanitarios y sellados para un mercado especial"

Daniel Burt
Gerente de la Cámara Paraguaya de Carnes

¿Dónde está esperando esa carga y de qué volúmenes se trata?
La carga está esperando en puertos europeos. En cuanto a la cantidad todavía no tenemos el dato exacto, pero hay parte de la carga que está en camino, casi llegando, y otra parte está más lejos. Todavía no tenemos los reportes.

Algunas de esas cargas son contenedores que están en el puerto de Montevideo, ¿esa mercadería podría comercializarse en Uruguay? ¿Hay algún contacto para que esto sea así?
Según mi entender es muy

SOLUCIONES INTEGRALES

Desde su llegada a Uruguay, MEDLOG apostó al mercado local como operador de la cadena de suministro y logística integral, invirtiendo en infraestructura, tecnología y capacitación. Sus soluciones de transporte multimodal así como servicios de almacenamiento son escalables y pueden satisfacer las necesidades de cualquier tipo de negocio.

Para más información, no dude en contactarse con su oficina más cercana de MEDLOG.
(+598) 2 312 5607 | URY-info@medlog.com
medlog.uy

MEDLOG
Transport & Logistics

difícil que eso pase porque, como decía, esa carne está en condiciones para el mercado ruso. Probablemente los cortes no estén adecuados al mercado uruguayo. No creo que sea lo que consume Uruguay.

¿Cuánto significa Rusia en las exportaciones de carne paraguaya?
El mercado ruso se lleva el 20% de la exportación de carne de Paraguay, pero en el mejor de los casos, esos volúmenes tendrán que ser redireccionados a partir de ahora. Y en ese caso sí, Uruguay podría ser un mercado muy interesante para los productores de Paraguay, así como los más de 70 mercados a los que llega la carne de nuestro país.

Si la carne que está embarcada no llega a Rusia y tampoco puede redireccionarse, ¿puede volver a Paraguay para ser consumida?
Se trata de carne congelada con una vida útil bastante larga. Creo que están todos los involucrados viendo qué hacer. No sabemos cuánto va a durar la guerra y las sanciones. Pero hay otro problema que se sumó a esto y es que se devaluó la moneda rusa (rublo), por lo que su capacidad de pago también se ve comprometida. Podríamos decir que en este momento esas cargas están en una especie de limbo.

PXFUEL

A los problemas de pago por las sanciones internacionales, se suma la devaluación del rublo ruso

¿La cámara está actuando en algo a nivel de gobierno sobre la posible pérdida de estos negocios?
No. Son todas empresas paraguayas y las tratativas se dan en el ámbito privado. Se están evaluando alternativas de pago.

Más allá de que Rusia es el destino del 20% de la exportación de carne paraguaya, ¿es el principal mercado en este rubro?
No. El mercado más importante para la carne paraguaya es Chile, que representa el 40% del volumen exportado. Como decía, Rusia representa el 20% y después están Taiwán, Israel y Brasil con el 10% cada uno. Con volúmenes menos significativos está el mercado europeo.

frase

"Se trata de carne congelada con una vida útil bastante larga. Creo que están todos los involucrados viendo qué hacer. No sabemos cuánto va a durar la guerra y las sanciones. Pero hay otro problema que se sumó a esto y es que se devaluó la moneda rusa (rublo), por lo que su capacidad de pago también se ve comprometida".

Daniel Burt
Gerente de la Cámara Paraguaya de Carnes

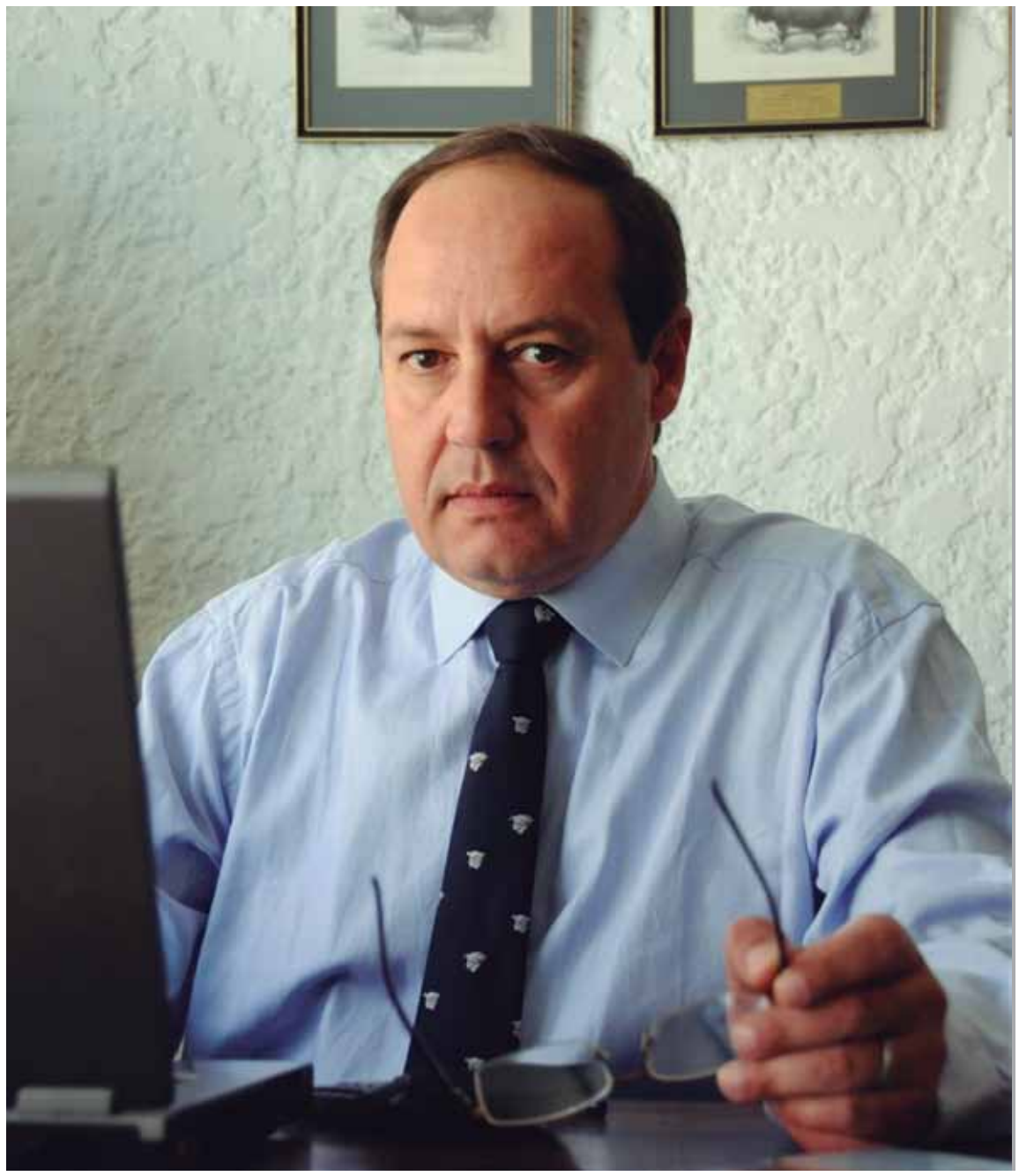
Carne con carbono neutral, un nuevo sello de calidad

El frigorífico BPU Meat inició los embarques de la producción desarrollada tras el acuerdo con Montes del Plata; Uruguay abrió un nuevo nicho en mercados de mucha exigencia medioambiental

Tras un acuerdo entre Montes del Plata y el frigorífico BPU Meat, Uruguay sigue mostrando avances en la producción de carne vacuna, esta vez con la certificación de carbono neutral que permite cumplir con las nuevas tendencias de los mercados más exigentes.

El mundo desarrollado (y sus consumidores) cada vez apuntan más al cuidado del medioambiente y a la hora de sus importaciones ya se está notando un diferencial en favor de la producción que tiene en cuenta la reducción de las emisiones de carbono.

BPU Meat certificó su proceso y comenzó las exportaciones al mercado japonés, por lo que *Comercio Exterior & Transporte* dialogó con el asesor del directorio de la empresa, Daniel de Mattos.



Daniel de Mattos, de BPU, se refirió al desarrollo de la producción de carne con carbono neutral y la importancia de acceder a mercados exigentes

frases

"Uruguay tiene un plus con la trazabilidad para poder certificar lo que logra. Pero además, el país tiene realmente un sistema de producción sustentable, que no agrede el ambiente, que mantiene una alta calidad del suelo, del agua y de todos los recursos naturales. No porque tenga trazabilidad cualquiera puede certificar, sino que tiene que tener condiciones de producción sustentable".

Daniel de Mattos
Asesor del directorio
de BPU Meat

¿Cómo llega la exigencia de la carne con carbono neutro de parte de los mercados y qué ha hecho Uruguay al respecto?
Lo primero que hay que saber al respecto es que, en términos generales, la producción de carne bovina está teniendo algo de mala prensa en todos los mercados desarrollados como Europa, Estados Unidos y Canadá, por ejemplo. Esto está asociado muchas veces al cuidado ambiental y a la deforestación. En este sentido, y en relación a la producción ganadera, este es uno de los grandes conceptos que se están instalando de forma errónea en la cabeza de los consumidores, en especial en aquellos más jóvenes que hoy toman mucha decisión de compra y están más informados, y desinformados, con las tendencias. Dicho esto, podemos destacar que Uruguay siempre se ha diferenciado por su producción sustentable; no solamente lo ha hecho por la calidad intrínseca del producto, sino también por la calidad del ambiente, el agua, la dieta animal, etcétera. Si miramos a Uruguay como una gran estancia de producción de carne, yo diría que es un país que está en un balance de carbono cero en la producción de carne. Pero más allá de eso, las empresas, que no podemos encargarnos del país, sino de negocios particulares, hemos visto la oportunidad de utilizar las áreas forestales y realizar una producción conjunta de forestación y de carne donde es muy claro que existe un balance negativo de carbono. En ese sentido, esa producción la podemos certificar como carbono neutro y llegar con este sello a los mercados.

¿Cómo es el proceso?
Lo que estamos haciendo es una verificación de la caracterización de lo que es el balance de carbono de cada uno de los productores que se presentan al proyecto. Algunos están dentro y otros fuera del convenio Alianza, que es el que tiene Montes del Plata con los productores ganaderos que pastorean en campos de la forestal o que tienen forestación de Montes del Plata en sus campos. Luego de estimado y caracterizado el ambiente se hace una verificación con una certificadora internacional dentro de la norma ISO 14.067. Existe un reconocimiento a nivel mundial de lo que es esa norma y, por tanto, podemos estandarizar lo que es ese tipo de certificado. Lo que sucede es que la forestación secuestra el carbono y mejora el ambiente en el que se desarrollan los animales. Pero este cambio no es de un día para otro, sino que se debe tener una mirada de mediano y largo plazo para que se repitan los ciclos forestales y ganaderos año tras año. No se puede sacar una foto, sino que se debe mirar la película.

¿Cómo juega la trazabilidad que ha logrado Uruguay en esta certificación?
Uruguay tiene un plus con la trazabilidad para poder certificar lo que logra. Pero además, el país tiene realmente un sistema de producción sustentable, que no agrede el ambiente, que mantiene una alta calidad del suelo, del agua y de todos los recursos naturales. No porque tenga trazabilidad cualquiera puede certificar, sino que tiene que tener condiciones de producción sustentable.

¿Cómo es la apertura de los mercados que exigen estas condiciones de la carne?
En Uruguay y en otros países hay ejemplos de este tipo de producción, pero cuando uno mira los mercados ve que este producto no está disponible en grandes volúmenes como para tener una formación de precio que se pueda decir que vale más o menos que el producto tradicional. Por lo tanto, desde el punto de vista comercial esto es una apuesta. Dentro de esa apuesta nosotros tocamos algunos mercados. El primero es el japonés, que coincide con el origen de BPU, donde hay una asociación con supermercados para que se ponga este producto en góndola con certificación de carbono cero. Cuando uno más se acerca al consumidor final, más espera el potencial del agregado de valor. Por otro lado está la cadena de restaurantes Block House en Alemania, que siempre ha apostado mucho a la producción pastoril y orgánica del ganado, por lo que importa mucho de América del Sur, en especial de Uruguay. Esta cadena rápidamente se mostró interesada en el proyecto y se han hecho algunos envíos para comenzar a testear este producto y ver si lo podemos desarrollar como una línea que ofrezca a restaurantes. Esto es muy promisorio porque el mercado alemán realmente pone mucho énfasis y le da mucha importan-

cia a este tipo de atributos en el proceso de producción.

¿Cómo cree que puede seguir el desarrollo de este producto dentro del mercado global?
Hay varias rutas que uno puede imaginar para el futuro. Una es que el gobierno uruguayo tenga una macrocertificación país para este tipo de producto o bien que el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca pueda establecer las pautas sobre las cuales se debe medir y certificar. En ambos casos, después las empresas privadas podrán desarrollar estos proyectos. En otra línea se puede seguir como estamos; es decir, que las empresas privadas, como Montes del Plata y BPU, hagan esta apuesta de posicionar un producto con un proceso certificado que, además, cumple con los compromisos de gestión ambiental. No hay que olvidarse que tanto Montes del Plata como BPU tienen metas planteadas en ese sentido. En el caso de BPU, que es parte del grupo Nippon Ham, tiene el compromiso de bajar más del 40% las emisiones de carbono para 2030. En ese sentido, esta clase de proyectos encajan y aportan a ese tipo de metas corporativas.

¿Cree que esto puede convertirse en una tendencia o no va a pasar de un nicho de consumidor y de mercado?
Estamos apostando al nicho; sin embargo, así como nosotros tenemos metas en la reducción de las emisiones de carbono, hay otras corporaciones que también las tienen y desarrollan sus negocios en mercados muy diversos. Podemos ver desde cadenas de comidas rápidas en las que se incorpora el producto cárnico a toda una línea de productos amigables con el medio ambiente. Creo que esto va a tener cabida en los mercados de China, Japón, Estados Unidos y Europa. Tarde o temprano Uruguay va a tener que estar preparado para este tipo de desafíos a nivel empresarial y del país. Este reto va a llegar para todos y solamente para la carne, pues será una forma de que las empresas se hagan más eficientes en el cuidado del ambiente y reduzcan su huella de carbono.

¿En materia logística y de transporte, este producto también requiere algún tratamiento especial exigido por los mercados a los que llega?
Este es un tema vital para poder mejorar el perfil de acceso a mercados que son distantes. Japón, por ejemplo, es un mercado que importa mucho enfriado y no congelado, lo que nos genera un desafío inmenso. En esas condiciones es un producto que tiene entre 90 y 120 días de vida útil y el tiempo de tránsito hacia esa región oscila entre 45 y 60 días. Esto implica desafíos a la hora de producción, pero también al momento de todos los controles de los procesos higiénico-sanitarios. El empaque es otro punto fundamental y hoy estamos estudiando el alargamiento de la vida útil por medio de las técnicas de empaque, ya que China también está empezando a demandar productos enfriados y la logística debe estar bien coordinada para que el tiempo entre que el producto está listo y el embarque sea el mínimo posible.

¿Cómo ha sido la tarea de embarque en Montevideo y qué desarrollo cree que se va a dar en los próximos meses?
Existen barcos un poco más rápidos que nos permiten estar sobre los 45 días de tránsito, por lo que hemos tenido una buena experiencia. En Montevideo hemos embarcado con la línea ONE y pensamos que vamos a cargar mensualmente. De cualquier manera, entendemos que esto va a tomar mayor cuerpo y mejorar los volúmenes en unos seis meses, ya que se trata de un proceso de certificación de los productores y de coordinación que lleva su tiempo. En cuanto al desarrollo, hay mucha tela para cortar y veremos si esto se convierte en una condición para entrar a los mercados o será un aspecto de diferenciación.

Los embarques de un producto que va enfriado, y no congelado, supone otro desafío para la logística

Embarque

La naviera Ocean Network Express (ONE) fue la encargada de embarcar y transportar la carga de carne con carbono neutral del frigorífico BPU Meat.
El destino de esta especial producción, que cuenta con la certificación ISO, fue el mercado de Japón, que se vislumbra como uno de los más importantes consumidores de esta carne uruguaya.
Según explicaron desde el frigorífico, se estima que continúen los embarques mensualmente y que en unos seis meses el mercado empiece a consolidarse para crecer en volumen.
En relación a la logística y a este nuevo desafío, el gerente general de ONE, Pablo Domínguez, manifestó a *Comercio Exterior & Transporte* que existe gran satisfacción por la confianza depositada en la línea naviera y por poder sumarse al esfuerzo de dos empresas tan prestigiosas como Montes del Plata y BPU Meat, llevando a cabo el transporte de una carga tan especial.

Aladi impulsa digitalización de los puertos de la región

El secretario general del organismo de integración explicó el desarrollo de algunas plataformas y señaló que alcanzar el estatus de puerto inteligente es fundamental para no perder competitividad

El secretario general de la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), el uruguayo Sergio Abreu, mostró su preocupación por el rezago que tiene la región en materia de transporte multimodal y por la pérdida de competitividad que sufren algunos países por la falta de digitalizació de sus puertos.

Abreu explicó que el concepto de puerto inteligente hoy es fundamental, dado que es vital evitar procesos burocráticos que enlentencen las operativas y el comercio mundial.

Asimismo, subrayó que entrar en la nueva era va de la mano con el concepto de puerto verde, que son aquellas terminales que cumplen con ciertos requisitos medioamnientales. Hoy en día las exgencias de esta naturaleza son las nuevas barreras del comercio, incluso más importantes que los propios aranceles, dijo Abreu, quien conversó con *Comercio Exterior al respecto*.

Sergio Abreu, secretario general de la Asociación Latino Americana de Integración

¿Cómo está América Latina en materia de transporte y conectividad?

El transporte multimodal es el debe más grande que tenemos en la región que abarca la Aladi, dado que los costos en materia de transporte hacen que los productos de nuestros países pierdan competitividad en los distintos mercados. Tenemos el transporte terrestre, que es muy caro, el ferroviario, que es el más barato, y el fluvial, pero con hidrovías que tienen dificultades para avanzar y desarrollarse.

¿Cuál considera que puede ser la solución para no perder esa competitividad?

Estudiando estos asuntos me di cuenta de que el punto fundamental son los smartports, que están ligado a la industria 4.0 y a las nuevas tecnologías. Eso es lo que ayuda a mejorar la competitividad y la eficiencia de un puerto. En este sentido, algo muy importante es la sustentabilidad ambiental y energética de todas las operaciones. Lo que yo he comprobado es que los puertos inteligentes muestran una caída de gastos operativos de entre el 25% y el 55% y es un rango muy significativo. Porque no solo se abaten costos tangibles, sino que se adaptan a las exigencias ambientales de la actualidad que, al fin de cuentas, son las que se convierten en restricciones no arancelarias en materia de comercio. Por eso va más allá de digitalizar trámites y eliminar la burocracia; se trata de pensar en la red 5G y aplicarla para la mejora de la eficiencia portuaria, lo mismo que con la infraestructura digital de blockchain, que fortalece los temas aduaneros. La preocupación debe estar en cómo facilitar las regulaciones y en reducir los procesos burocráticos mediante la digitalización de los contenedores y de las cargas.

frases

"Si el puerto de Montevideo tiene la atracción en su eficiencia, (con la digitalización) podrá aumentar la carga que se orienta hacia el puerto. La Aladi está trabajando en todo lo que son los puertos y el transporte digital y multimodal de la región".

Sergio Abreu
Secretario General de la Aladi

¿Cómo se logra ese cambio, en especial cuando son procesos estatales?

La adopción de plataformas tecnológicas es fundamental para darle mayor visibilidad y seguridad a la cadena de suministros. Los puertos que están utilizando estas plataformas son los más importantes. Las dificultades que tenemos en la región, incluido Montevideo, es que las administraciones estatales funcionan de forma autárquica; es decir, las impositivas, las aduanas y las administraciones de puertos, entre otras, no concentran una información uniformizada y lograrlo es la única manera de mejorar, digitalmente, todos los procesos que terminan en abatimiento de costos. Esto es algo que hay que analizar muy bien porque con las dificultades que hay en los pasos de frontera y la falta de coordinación entre el transporte que llega a puerto y el barco que llega a muelle, se genera un aumento de costos enorme y una pérdida de competitividad.

¿Cuáles son los primeros pasos para lograr los objetivos?

Lo primero que se debería hacer es integrar en la agenda las actividades de participación y contribución de la digitalización de los puertos de la región, la cooperación horizontal, que debe existir entre todos de alguna manera, y la avanzar en la exploración que estamos haciendo desde la Aladi con algunos otros organismos.

En un listado de la Aladi el puerto de Montevideo no está dentro de los 10 primeros de América del Sur y el Caribe. ¿La digitalización es el gran paso?

Si el puerto de Montevideo tiene la atracción en su eficiencia podrá aumentar la carga que se orienta hacia el puerto. La Aladi está trabajando en todo lo que son los puertos y el transporte digital y multimodal de la región, pero para ello es necesario tener la información al día. Saber cuáles son las empresas más importantes, los costos existentes y la disponibilidad de contenedores. Pero, por sobre todo, tener un puerto inteligen-

te, que hoy va de la mano con el llamado puerto verde, o puerto ecológico. Hay que entender que, antes, las barreras que los países ponían para frenar el ingreso de productos eran los aranceles, pero hoy, que han bajado casi todos menos el del Mercosur, que es el doble del arancel global, las barreras y el proteccionismo pasan por las normas en materia ambiental. Por eso los grandes puertos tienen inversiones privadas en materia de puerto inteligente y puerto verde, que los hace más eficientes y más competitivos. Hoy día, un puerto que no se ponga al tanto de la modernización, digitalización y agilización de la información entre las autoridades estatales involucradas, queda rezagado. Yo lo que veo es que si no se hace un esfuerzo de esta naturaleza, se va directo a una pérdida de competitividad y, sobre todo, de presencia comercial.

¿Què es lo que está impulsando la Aladi para los puertos que están más atrasados en este sentido?
La Aladi está trabajando en las nuevas tecnologías y eso es ir más allá de la digitalización de los trámites. Si bien es un punto importante, para ello es vital la mejora de la red 5G, que repercutirá directamente en la eficiencia portuaria, ya que permite un mejor desarrollo del blockchain, que facilita las regulaciones y reduce la burocracia, e impulsa la digitalización de los contenedores y las mercaderías contenidas. Por otra parte, el desarrollo del big data, que es la adopción de plataformas tecnológicas que les den seguridad y mayor visibilidad a la cadena de suministros. Todos los grandes puertos van avanzando en ese sentido de manera irreversible y fuerte.

¿Cómo enfoca el organismo el impulso de las plataformas?
Encontramos que hay una enorme carencia en la complementación de las políticas públicas o unificación de una política pública con la participación de los distintos organismos competentes de cada Estado. Entonces, la información que uno saca de la aduana, de pronto no está complementada con la información que tiene la administración de puerto o la impositiva. En el caso de los puertos inteligentes, el buen uso de toda esa información soluciona lo que decíamos antes con respecto a hacer coincidir la llegada de un camión con la del barco, por ejemplo. Entonces, la Aladi está haciendo seminarios para ver cómo están cada uno de los puertos en la transmisión de esa información y la idea es volcarla a una plataforma digital que nuclee todos los datos. Si los países quieren hacer una integración en materia de infraestructura y ser competitivos, abatir los costos es fundamental y un paso firme hacia el abatimiento de costos es la digitalización de los puertos.

La Aladi está desarrollando plataformas para mejorar el comercio de la región

La Aladi también está trabajando en una plataforma de negocios para las micro, pequñas y medianas empresas. ¿En qué consiste el programa?
Hemos lanzado plataforma "Pymes latinas, grandes negocios", que es el nuevo sistema digital de comercio y en el que se participa con una conexión empresarial y se va anclando también en un sistema de capacitación para que las micro, pequeñas y medianas empresas entren amigablemente en un sistema que tiene una informaciòn única, ya que la Aladi cuenta con los datos de todas las preferencias arancelarias, de los acuerdos y de las normas. Eso recién empieza y no es un proceso sencillo, pero ya estamos viendo resultados interesantes.

¿Cómo surgen la idea de esta plataforma?
El de estas empresas ha sido un problema serio que hemos tenido. Hemos visto que, más allá de las clasificaciones tienen en cada país, hay 10 millones de micro, pequeñas y medianas empresas en el continente y eso es el reflojo del tejido de la sociedad productiva de cada nación. En la pandemia perdimos 40 millones de puestos de trabajo y eso nos motivó a pensar en algo que aportara soluciones. Así es que la Aladi se embarcó en la construcción de esta plataforma. Empezamos desde cero y tenemos incluidas 30 mil empresas con las que hacemos semanas empresariales por rubro. Lo que tiene de diferencial esta plataforma son tres cosas. Una es la conexión empresarial, la otra es la información, que solo la tiene la Aladi, y l tercer la capacitación. Asimismo, no es un dato menor que se trata de una plataforma gratuita y amigable, para que sea fácil acceso y consulta, que termina siendo una gran agencia de comercio exterior para los micro, pequeños y medianos empresarios.

frases

"El costo de flete desde China hoy se multiplicó por seis. Pasó de US$ 2.500 a US$ 15 mil en los últimos meses".

"El origen del problema es que el 80% de los bienes de consumo se trasladan por vía marítima y su piedra angular es el contenedor".

"Se está produciendo la concentración de las empresas navieras. De las 30 empresas que empezaron en 1992, en 2020 las tres más importantes aumentaron su participación al 80% del movimiento".

"Son empresas que no son solamente transportadoras, sino que tienen una vinculación muy importante con el resto de la cadena".

"Hay que analizar cómo hacer para que la infraestructura de la región y el transporte multimodal se aceleren y se pongan al día con las exigencias y los adelantos de los otros puertos".

Sergio Abreu
Secretario General de la Aladi

YANG MING
UNA DE LAS COMPAÑÍAS NAVIERAS
MÁS IMPORTANTES DEL MUNDO,
CONECTANDO SEMANALMENTE
A MONTEVIDEO CON EL LEJANO ORIENTE.
REPREMAR
SHIPPING
GENERAL AGENT IN URUGUAY
CONTINUAMOS LIDERANDO
MISIONES ST. 1372 1ST. FLOOR - "DE LOS PATRICIOS" BLDG. | 11000 MONTEVIDEO, URUGUAY
T.: +598 2 915 44 70 - YANGMING@REPREMAR.COM