



# Portugal

HELDER NICO / Plastidom, SA.

## “Nuestro afán es servir a clientes y mercados, ofreciendo siempre las mejores soluciones”

*Funcionalidad, durabilidad y versatilidad son las principales características de los artículos Domplex, diseñados, fabricados y comercializados por el grupo luso, Plastidom. Otro de los aspectos que destaca Helder Nico de esta línea de productos es el respeto constante por el medio ambiente y la salud de los consumidores*

► NR. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Los envases Domplex se caracterizan por una elevada funcionalidad, larga durabilidad y calidad. ¿Cómo se logra aunar estos tres aspectos tan importantes?

**Helder Nico.** En primer lugar, los artículos Domplex están estudiados y diseñados para satisfacer determinados usos, buscando siempre, la versatilidad, al tiempo que se adecuen a los usos pretendidos. Así mismo, están fabricados para garantizar la necesaria y esperada resistencia, con la ayuda de moderna tecnología e inyectados con materias primas nobles. Son además procesos controlados y gestionados por un equipo humano con larga experiencia y preparación.

**VF.** La empresa portuguesa acumula una gran experiencia en el mundo del envase pool. ¿Cómo definiría su situación actual en el mercado hortofrutícola internacional?

**HN.** Tanto el sector hortofrutícola, como el resto de actividades —carne, pescado, vino, etc.— buscan, cada vez más, envases reutilizables, sobre todo para la logística entre almacenes, centrales de conservación, etc., garantizando así el respeto por el medio ambiente, y no envases de un solo uso.

Plastidom, en su constante preocupación por la naturaleza, siempre ha defendido, justamente, envases con una larga vida útil. Asimismo, contamos con el servicio ‘Domplex Logis’, especializada en el servicio de Pool. Se trata de una eficiente alternativa para garantizar, por un lado, la reutilización, y por otro, la defensa de la salud, al incluir



Helder Nico. / N. RODRIGUEZ

**“La tendencia del conjunto del sector de la alimentación es el envase reutilizable”**

el lavado y la higienización en el mismo. Este sistema permite, además, un control total de la logística, y resulta un coste ‘táctico’ en el caso del pool, muy interesante para los operadores.

**VF.** ¿Cuáles son los pilares de su política empresarial? ¿Cómo se consigue mantener la competitividad en un sector como los envases?

**HN.** Plastidom busca constantemente servir a sus clientes y mercados, ofreciendo las mejores soluciones, garantizando la satisfacción de los artículos o servicios Domplex. Este es un proceso continuo, muy exi-

gente, pero que lo afrontamos como un desafío interesante y estimulante para seguir siempre avanzando.

**VF.** Hablando ahora en la presente campaña de frutas y hortalizas, hace unos meses confirmaba un mayor optimismo e ilusión... Pero tras ver cómo están desarrollándose las diferentes campañas de primavera-verano debido al factor clima, ¿se mantiene este optimismo?

**HN.** En varias regiones, este año, se han verificado fenómenos extremos, como granizos intensos, lluvias exageradas, y otros. Allá donde pasan, dejan importantes pérdidas. Nosotros lo sentimos cuando hablamos con las personas en las plantaciones, en los campos, o cuando lo vemos en los medios de comunicación. Pero de forma general, la dinámica de los mercados mantiene bien viva la fuerza del sector.

**VF.** ¿Qué análisis realiza de la realidad del sector hortofrutícola en España y Portugal, dos países que usted conoce muy bien?

**HN.** De forma generalizada, se verifica un elevado crecimiento en las áreas y estructuras de producción, evolución en las variedades, adecuadas a las condiciones de cada región, por un lado y más adecuadas para los mercados que sirven o que buscan.

Esto evidencia la gran profesionalización de la agricultura en Portugal y España, que permite operaciones y ventas, frente a frente, con otras tradicionales “potencias agrícolas”, ya que han logrado buenos productos y competitivos para actuar en el mercado global.

## Récord de exportación en 2017 de la industria agroalimentaria

El mercado chino fue el que más creció en los últimos cinco años

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los actores de la industria agroalimentaria portuguesa están viviendo momentos de cierta tranquilidad gracias a las cifras que se están registrando en la exportación. Durante el pasado año, el país vecino logró batir su récord en las ventas en el extranjero con un valor total de 4.900 millones de euros. El objetivo para este año desde la Federación de la Industria Agroalimentaria Portuguesa (FIPA) es llegar a los 5.000 millones de euros, una cifra sin precedentes pero factible mientras se mantenga esta tendencia alcista que está viviendo Portugal desde el final de la crisis.

Si al final del ejercicio, se alcanza esta cifra, la industria agroalimentaria llegará a los niveles de exportación de otro de los sectores claves del país, el textil, que el año pasado alcanzó los 5.200 millones de euros en valor de exportaciones, aunque muy alejado del principal sector de la metalurgia o la metalomecánica cuyas exportaciones sobrepasan los 16.000 millones de euros.

A pesar de que nuestro país, ha importado menos alimentos transformados portugueses durante el pasado año (−3,5%), Francia y Reino Unido han ayudado a compensar esta pérdida al aumentar sus compras en un 8%, pero el gran ‘empujón’ ha venido de la mano de otros destinos más lejanos, con crecimientos de dos dígitos. Por ejemplo, Brasil registró un aumento cercano al 60%; China, un 40% y Japón, por su parte incrementó sus compras en un 30%. De estos países, el director general de FIPA, Pedro Queiroz destaca el caso de China, al ser “el mercado que mayor incremento ha registrado en la exportación agroalimenta-

ria portuguesa en los últimos cinco años. En este periodo el aumento ha sido del 65%”.

En estos excelentes resultados obtenidos por Portugal, la transformación de frutas, hortalizas, pescado y carne o la producción de bebidas han jugado un papel determinante al crecer por encima de la media. “En conjunto, han sumado 950 millones de euros al volumen de negocios de la industria agroalimentaria, en los últimos cinco años”, señala Queiroz.

En su gran mayoría, la industria agroalimentaria portuguesa está bastante diversificada, compuesta principalmente por pequeñas y medianas empresas. Según la FIPA, a finales de 2017, en Portugal operaban 11.322 empresas, dando empleo a 112.000 trabajadores, el 16% de la tasa de empleo de la industria portuguesa.

Al igual que otros sectores tradicionales, la industria agroalimentaria está avanzando a nivel tecnológico, aunque uno de sus mayores retos ahora mismo es “la retención de talento” para lidiar con la nueva realidad. La innovación es “el oxígeno de las empresas, el motor de crecimiento y dinamismo para poder responder a los desafíos que lanza el mercado internacional. Y para ello es necesario seguir invirtiendo en recursos humanos”, según el presidente de la FIPA.

Innovación de procesos, logística, marketing, ventas, pero sobre todo, en los productos finales, con la perspectiva de responder a los diferentes gustos del consumidor, cada vez más racional, con una preocupación creciente con la salud, el origen y la sostenibilidad de los alimentos, y en constante búsqueda de nuevas experiencias gustativas.



www.sanifruit.com

UNA FRUTA SANA  
SIN RESIDUOS  
POSTCOSECHA

¡ES POSIBLE!

