

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN DEL PUERTO DE BARCELONA EN JAPÓN. Clave Expediente: 004/2016, Ref. Servicios Jurídicos 097/2016.

El Puerto de Barcelona es un puerto diversificado y multitráfico, y entre sus prioridades estratégicas está el *foreland* estratégico que lo forma básicamente el mercado asiático.

El mercado asiático, constituye uno de los *forelands* estratégicos del PdB. Es importante mejorar la conectividad con acciones para aumentar el número de líneas regulares y mejorar el tiempo de trayecto de estas líneas entre Japón y Barcelona. Para conseguirlo es clave establecer y mantener de forma continuada contactos directos con los representantes de las navieras y dar presencia al Port de Barcelona en el mercado japonés.

Es importante el mantenimiento de las relaciones con los principales armadores y detectar nuevas oportunidades de negocio, promocionar la imagen del Port de Barcelona, y prestar su colaboración en aquellos servicios solicitados dentro del ámbito de logística portuaria.

Teniendo en cuenta la tendencia actual y las previsiones futuras del comercio marítimo a nivel internacional, donde el mercado asiático ha sido y continua siendo el primer mercado mundial, es clave que el Port de Barcelona se posicione para mantener y aumentar su presencia en éste mercado.



Siguiendo las directrices del vigente Plan Estratégico y buscando la ampliación en el *foreland*, nos encontramos en un momento de contacto con todas las navieras que unen el Mediterráneo con Japón, buscando el establecimiento de líneas regulares, especialmente las de car-carrier, que unan directamente ambas zonas con una cabecera de línea en el Mediterráneo, de manera que nuestra competitividad con el norte de Europa pueda mejorar sustancialmente. Para conseguir este objetivo es necesario tener en Japón a una persona de referencia que facilite el contacto con las empresas locales tanto a la APB como a otros operadores del Port de Barcelona, a la vez que pueda prestar apoyo en otros temas que puntualmente surjan en la zona de referencia.

Las características específicas de ese mercado, muy especialmente lejanía geográfica y las diferencias culturales importantes, hacen que dicha gestión directa sea complicada, exigiendo tiempo y limitando el impacto en el mercado.

ACCIONES:

Las acciones propuestas son las siguientes:

1. Seguimiento de la evolución de las empresas:
 - a. Armadores japoneses que mantengan tráfico regular con Barcelona, especialmente las de buques car carrier y contenedores.
 - b. Fabricantes de automóviles y maquinaria ubicadas en Japón, y que importen o puedan hacerlo hacia Barcelona.
 - c. Transitarios japoneses establecidos en Barcelona

- 
- 
- d. Empresas dedicadas a operaciones de trading de cualquier tipo de carga que puedan ser susceptibles de utilizar Barcelona en sus movimientos inducidos de carga.
 - e. Exportadores e importadores.
2. Sobre las empresas mencionadas en el apartado anterior
- a. Contacto comercial, preferentemente visita.
 - b. Acciones concretas destinadas al desarrollo de las importaciones / exportaciones relacionadas con el sector automovilístico y rodado en general.
 - c. Seguimiento de clientes reales y potenciales del Puerto de Barcelona: evolución de tráficos, puertos preferentes de entrada y salida, motivos de esas preferencias, posibles puertos alternativos, nivel de satisfacción con dichos puertos, análisis de problemáticas y factores decisorios críticos.
 - d. Elaboración de informes inicial y otro cada tres meses en los que se incluya como preámbulo el seguimiento de la evolución general de la economía japonesa y especialmente la de empresas relacionadas con el Port de Barcelona.
 - e. A partir de los análisis anteriores, realizará propuestas concretas de las acciones comerciales necesarias para incrementar el tráfico del Port de Barcelona con el *foreland* japonés.
 - f. Realizará *planning* y seguimiento detallados de contactos / visitas y acciones desarrolladas con los diferentes grupos de clientes (navieras, consignatarios, importadores/exportadores, fabricantes, etc) actuales y potenciales.
3. Ofrecerá coordinación y asesoramiento a aquellas empresas con sede en Japón que utilicen o decidan utilizar el Port de Barcelona. Asimismo, se encargará de coordinar cualquier tipo de actividad para dar soporte a clientes del Port, especialmente aquéllos operadores del Port de Barcelona que efectúen visitas a Japón.
4. Realizará un informe final, posterior a la visita de los responsables del Port de Barcelona, que incluya conclusiones de las acciones realizadas y resultados obtenidos en relación con los objetivos establecidos.

Mediante la difusión de la oferta logística existente y de los servicios de calidad actualizados y personalizados para cada uno de los diferentes tipos de clientes potenciales se pretende incrementar el tráfico y a la vez establecer una mejora continua en base a la demanda del mercado, adaptando los servicios a las exigencias que se detecten. Además, se centrará en la profundización del conocimiento y funcionamiento de los armadores de estas áreas con el objetivo de aportar valor para que el Puerto de Barcelona sea destino de sus rutas, trabajo que se complementa con el que se realiza en sus sedes centrales.

Por otro lado, y dada la importancia que tienen en estos mercados el posicionamiento a nivel institucional, se persigue tener presencia en los foros relevantes que permitan que el

Puerto de Barcelona tenga visibilidad en estas regiones, y a la vez establecer contacto que faciliten el intercambio de buenas prácticas con la finalidad de aproximar las formas de trabajo del Puerto de Barcelona a las áreas mencionadas y viceversa.

El adjudicatario de este contrato deberá estar bien introducido en el sector de la logística marítimo portuaria de las zonas descritas y ser capaz de poner en valor la oferta logística del Puerto de Barcelona adaptándola a las características del mercado asiático. Para lograrlo deberá conocer bien los puertos más importantes de cada una de las áreas objeto de licitación, especialmente cuáles son sus procedimientos de trabajo en relación con el intercambio de mercancías con Europa y como se puede incidir en el incremento de flujos marítimos con el Puerto de Barcelona. Asimismo deberá conocer y mantener contacto con los armadores más relevantes que operan tráficos con el Puerto de Barcelona. Tener esta información es básico para poder maximizar la oferta competitiva del Puerto de Barcelona en relación con los distintos tráficos de los exportadores, importadores y operadores logísticos en general. Además deberá ejercer un papel a nivel institucional que permita dar visibilidad al Puerto de Barcelona en los foros logísticos más importantes.

La tendencia actual y las previsiones futuras del comercio marítimo a nivel internacional, donde el mercado japonés es uno de los primeros mercados mundiales, es clave (tal como viene expresado en el III Plan Estratégico) que el puerto de Barcelona se posicione para mantener y aumentar su presencia en este mercado que constituye uno de sus principales *forelands*. Es importante mejorar la conectividad con acciones para aumentar el número de líneas regulares y mejorar el tiempo de trayecto de estas líneas entre Japón y Barcelona.



Rosa Puig
Directora del Departamento Comercial



Santiago García-Milà
Subdirector Gral. De Estrategia y Comercial

