

Ferias y congresos

El escenario sectorial

A pesar de la crisis global...Sudamérica no afloja

■ 6° Congreso frutihortícola del Hemisferio sur celebrado en Santiago de Chile.

Mariano Winograd

mwinograd@fibertel.com.ar

El 6° Congreso frutícola del Hemisferio sur, tuvo lugar en Santiago de Chile a principios de diciembre.

Contó con el auspicio de Asoex (la Asociación de Exportadores de Chile) y ofreció a productores, exportadores, importadores y proveedores de servicios de todo el orbe una excelente oportunidad para afianzar vínculos, establecer contactos comerciales y conocer la opinión de los más encumbrados "gurúes" que reflexionaron sobre el estado de situación y próximo devenir del negocio frutícola mundial.

Luego del discurso de apertura a cargo de Ronald Bown se dieron por iniciadas las sesiones con las palabras de Marígen Hornkohl, ministra de agricultura de Chile.

En su presentación destacó el proyecto político Chile Potencia agroalimentaria y forestal, en cuyo marco resultan claves la comercialización y la exportación, al mismo tiempo que la generación de empleo sectorial.

Chile es un país que ha apostado y continúa haciéndolo a la apertura económica, aún a pesar de las restricciones mundiales en contrario.

El desafío que los anima es lograr un equilibrio entre el mercado externo e interno,

proponiendo la innovación permanente como reaseguro frente a burbujas especulativas que en el pasado reciente afectaron fuertemente a los *commodities*.

Para sostener la estrategia sin cambios abruptos de timón, son necesarios acuerdos de largo alcance, entre el sector público y el privado.

A continuación Manuel Alcaíno, el prestigioso analista chileno de los mercados frutihortícolas, expuso sobre la situación sectorial en medio de la crisis financiera y de precios.

Para el consultor la incertidumbre domina el escenario, y la reducción de costos no resulta aún totalmente favorable, hasta no despejar las dudas sobre los niveles de precios que caracterizarán a la temporada de contraestación actualmente en curso.

Serán los precios de las frutas arrastrados a la baja por el petróleo y los alimentos de alta densidad calórica o por el



contrario una reorientación en las prioridades de consumo podrá implicar que menores gastos de vacación y consumo fuera del hogar, conlleven una mayor demanda de frutas y hortalizas en el canal de la gran distribución?

**Que harán los supermercados?
Que hará la industria?**

Entre los desafíos inmediatos se destacó la necesidad de incrementar la productividad laboral, automatizar mediante un cambio en la arquitectura de cultivo y especialmente la impostergable armonización de protocolos sanitarios para diferentes destinos (cuando se aplican los tratamientos sanitarios la fruta en el cultivo, el productor ignora aún si será destinada a Europa, América del norte o bien oriente).

Achiles de Naeyer presentó su propia y riquísima ex-

A través de una combinación de ponencias, mesas redondas y estudios de caso se echará un vistazo a la importancia de cuestiones tales como costos, responsabilidad social y ambiental y las nuevas y emergentes oportunidades de exportación en Asia, el Medio Oriental, Europa Oriental y Rusia.

periencia personal, produciendo uvas en Namibia tanto para exportación a Europa como consumo regional en África.

El vicepresidente de la UFFVA, Jeff Oberman expuso a continuación sobre las prioridades del consumidor norteamericano.

45 % de ellos pueden ser reconocidos como compradores éticos o responsables, sus temas de preocupación son los restos de pesticidas (60%) y el uso responsable de la biotecnología (35 %).

En materia de emisiones de carbono, el tema que más los preocupa es el reciclado de los materiales de empaque.

Alejandro Fresno gerente del comité chileno de Pink Lady, destacó el sofisticado modelo que acompaña el desa-

El 45 % de los norteamericanos pueden ser reconocidos como compradores éticos o responsables, sus temas de preocupación son los restos de pesticidas (60%) y el uso responsable de la biotecnología (35 %)

rollo de esta variedad y marca registrada.

Parafraseando a Ortega y Gasset se trata de ...” la manzana y ...su circunstancia”....

El presupuesto publicitario es de 6 millones de U\$S anuales, la licencia protege al producto de punta a punta, y es administrada por IPLA (la Alianza Internacional para la Pink Lady)

De inmediato Bert Wilschut de Holanda (The Greenery), fundamentó el enfoque en clubes varietales y anticipó una primicia acerca de las nuevas peras registradas con que procurará crecer en el mercado su propia organización.

Por su parte Simon Limmer de Zespri (NZ), explicó que la construcción de valor tiene por premisas fundamentales en su organización a la genética y al liderazgo de marca.

Lorna Christie de PMA presentó su tesis acerca de la disrupción consecuente con la consolidación de una trama o red alimentaria global. La mundialización de la cultura alimentaria tiene probablemente alcances aún superiores a las de otras industrias alternativas.

La inflación conllevará como consecuencia el incremento en el consumo dentro del hogar y cierta desaceleración del producto fraccionado en unidades consumidor...pero sin perder la condición de conveniencia.

En materia de lay – out se incrementa la importancia de las pequeñas superficies y los formatos de proximidad en desmedro de hiper y grandes supermercados.

Ed Garner de Reino Unido invitó a reflexionar sobre lo que la gente hace y no acerca de lo que dice.

Como tendencias centrales marcó el eje salud, la inflación y la condición local del origen.

En Inglaterra el comercio especializado se reduce al mínimo, pero en cambio reapare-

Cuadro 1:

El curso constó de 11 unidades temáticas desarrolladas en forma teórica y práctica

1.	Teoría y Práctica del Marketing en F&H
2.	Plan de marketing y de negocios
3.	Canales de distribución y estrategias de comunicación
4.	Comportamiento del consumidor. La búsqueda de su respuesta
5.	Principios teóricos de la Calidad de productos y servicios
6.	Diferenciación por atributos de valor I. BPA, GlobalGAP, BPM, POES, HACCP. Trazabilidad
7.	Diferenciación por atributos de valor II. Comercio Justo, Responsabilidad Social Empresaria, Denominación de Origen, ISO 9000, Producción Integrada, Estrategias de Mitigación de riesgos
8.	Producción y Certificación Orgánica
9.	Política y Normativas de Calidad
10.	Diferenciación de productos – nuevos paradigmas. Taller Evaluación sensorial y objetiva
11.	Taller de discusión de casos prácticos



Ronald Bown (Asoex) - Marigen Hornkohl (Ministra de agricultura de Chile) y Chris White (Market Intelligence - UK).

ce con sorprendente vigor la previamente soslayada estacionalidad.

El discurso de Ronald Bown

Dijo el presidente de Asoex:

... “ Estamos frente a la mayor crisis financiera en la historia humana, una situación de desconfianza generalizada con consecuencias aún inciertas, que incluso han llegado a debilitar los cimientos del sistema sociopolítico en que nos movemos”.

En tan sólo un año el mundo ha cambiado tanto,

que no hay contexto geográfico ni sectorial alguno que pueda permanecer ajeno a sus vaivenes, incluso aquellos que prudentemente sostuvieron en el pasado reciente políticas fiscales y económicas sumamente cautelosas y de contingencia.

En el caso chileno y frutícola no se previeron ni las subas de los *commodities*, ni sus bajas consecuentes ni mucho menos la devaluación de la moneda. Todo ello en un período inferior a seis meses.

Me interesa referirme en particular a una crisis de responsabilidad sectorial y paralela a aquellas, cuyo soslayo

por parte de la dirigencia frutícola constituye un verdadero pecado social al renunciar a la defensa del interés consumidor sustancial como es la salud y la nutrición.

Sostengo que la telaraña burocrática construida nos aleja del objetivo primordial. El sinnúmero de exigencias, y su obligada verificación y certificación, ha llevado al extremo la superposición de requisitos sin armonización, ni perdurabilidad.

La competencia comercial y no la seguridad alimentaria, es el motor de este verdadero enjambre de requisitorias cuya estructuración en una trama coherente, no resulta hoy encarada por ámbito alguno.

Creemos que es el momento de reaccionar y asumir la responsabilidad frente al consumidor.

El esfuerzo por concordar las bases para un marco normativo de BPA's generalizado y homogéneo no admite más dilación; preservar el caótico marco actual resultaría verda-

deramente no sólo irresponsable sino incluso doloso”.....

Apostillas

...”presten atención a la decisión estratégica del grupo Disney: la imagen de sus personajes se reorienta a los alimentos saludables y se distancia de la comida mugre”...., Manuel Alcaíno.

...”el consumidor ético presta más atención a la condición local del producto y su reducida huella de carbono que a la condición ortodoxamente orgánica del modelo productivo”...., Andrew Sharp – Grupo Fresca (UK).

...” la esencia de Pink Lady es... siempre GUAU iii”...., Manuel Fresno.

En Argentina

Del lado oriental de la cordillera andina, resultaron asimismo destacables sendas misiones financiadas por la AECID (Agencia Española de Cooperación).

Mientras que en el paradisíaco escenario de los lagos del sur se desarrollaban las Jornadas Tecnológicas Regionales de Fruta Fina en el marco de un Mini Foro Cyted-Iberoeka, con la presencia de delegaciones de Colombia, Chile, Venezuela y Honduras, además de nutrida participación local; el conurbano bonaerense convocaba al Simposio sobre Agricultura Periurbana a cargo de Josep Montasell, técnico, del área de Espacios Naturales de la Diputación de Barcelona y sus colaboradores Valeriá Paul y Sonia Callau.

El grupo catalán expuso con solvencia, compromiso y entusiasmo acerca de la paradigmática experiencia desarrollada en el Parque Agrario del Baix Llobregat.

El Simposio tuvo por objetivo organizar una agenda de actividades en materia de agricultura, desarrollo local, abastecimiento alimentario y salud,

Mariano Winograd dictó en Centrobastos un curso de capacitación de empresarios y profesionales en materia de calidad y negocios, focalizado a la industria de la fruta y vegetales frescos.

con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional.

Como objetivos particulares de la Agencia se destacan:

- La promoción de acciones de transferencia e innovación tecnológica en las áreas productivas consideradas
- El incentivo de iniciativas de desarrollo conjunto de nuevos productos, procesos, servicios y transferencia de tecnología.

- El intercambio de conocimientos tecnológicos con otros países entre España e Iberoamérica

- La promoción de reuniones bilaterales entre empresas e instituciones de I+D con vistas a identificar socios de cooperación tecnológica y oportunidades de negocios.

Por su parte para modernizar la producción periurbana resulta clave priorizar

- La reducción en los niveles contaminación ambiental

- Mejoras en la calidad alimentaria, así como la seguridad e higiene de los agentes involucrados en la producción.

- Incrementos en la rentabilidad de la empresa hortícola.

Con el acompañamiento



del Director Ejecutivo del Idel Lic. Hernán Chamah, y el secretario de Planificación de la Municipalidad de Avellaneda, Lic. Walter Romero, se recorrió la zona rural del distrito visitando espacios de cultivos bajo cubierta y viveros.

Los puntos desarrollados por los ponentes visitantes incluyeron en dos intensas jornadas de gabinete, conferencias sobre:

- Las particularidades de la agricultura bajo influencia urbana.

- Los conflictos territoriales en los espacios agrarios metropolitanos

- El análisis alrededor del dictamen sobre agricultura Periurbana del Comité Económico y Social Europeo”

- La zonificación de los espacios agrarios metropolitanos.

- Las estructuras de ordenación.

Para culminar finalmente con una apoteósica presentación del caso del Parque Agrario del Bajo Llobregat, en Barcelona, que mereció los más sustantivos comentarios de elogio, admiración y sana envidia emuladora.

El seminario de fruta fina en Bolsón por su parte fue inaugurado por Osvaldo H. Lema, Subsecretario de Ciencia y Tecnología de la Pcia de Río Negro..

A continuación se presentaron detalles de programa Cyted, que financia acciones de intercambio y proyectos conjuntos entre España y América

Los Proyectos Iberoeka son medios adecuados de cooperación científica y tecnológica entre los diferentes países de Iberoamérica, constituyendo instrumento para fomentar la cooperación entre empresas y otros tipos de entidades en el campo de la I+D.

Iberoeka es una iniciativa que surge en 1991 como parte del Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (Cyted).

Para participar es necesario que participen empresas de

Entre los desafíos inmediatos se destacó la necesidad de incrementar la productividad laboral, automatizar mediante un cambio en la arquitectura de cultivo y especialmente la impostergable armonización de protocolos sanitarios para diferentes destinos

por lo menos 2 países de Iberoamérica y que las contrapartes realicen un desarrollo innovador en un área tecnológica.

El programa se encuentra dirigido al sector de PyMES, por lo que son las empresas quienes lideraran el proyecto.

Ver http://www.agencia.mincyt.gov.ar/spip.php?id_articulo=722&page=novedad_articulo.

El seminario incluyó además de la riquísima experiencia institucional y el intercambio entre delegaciones extranjeras; presentaciones de encumbrados técnicos en materia de producción de frutas rojas como Daniel Kirchbaum, Pilar Bañados de la Universidad Católica, de Chile, Felipe Rojas, Aníbal Caminitti, Julio García y Antonio de Michelis.

Del exterior se destacó la presencia de Cristina Olaizola (5 al día – Venezuela), César Cortés y Víctor Morales (Asohfrucol – Colombia) y Jesús Salas, asesor ministerial para Mesas agrícolas de Honduras.

Capacitación profesional en Centroabastos – Bucaramanga (Colombia)

En la actualidad la calidad y el marketing se han transformado en herramientas estratégicas claves para aumentar la competitividad de las empresas. El dinamismo alcanzado por las empresas agroalimentarias que operan en las centrales de abastos a lo largo de los últimos años, debe ser acompañado por el desarrollo de capacitación específica dirigida a las mismas.

Para ello resulta importante focalizar la temática de la calidad y el poder comercial (volumen, marca, posicionamiento, promociones, etc.) en un sector de características muy específicas como lo es el frutihortícola.

Con estos objetivos y financiado por el SENA (Servicio nacional de aprendizaje



Imagen de grupo asistente al curso de Centroabastos.

profesional de Colombia) el Ing. Mariano Winograd dictó en Centroabastos un curso para la capacitación de empresarios y profesionales, tanto con experiencia previa o bien interés futuro en materia de calidad y negocios, focalizado a la industria de las frutas y los vegetales frescos.

El modelo de formación propuesto armoniza el marco teórico conceptual con la ejercitación operativa y la discusión de casos, analizando empresas y sus relaciones con el sistema agroalimentario y con el público consumidor de estos alimentos.

La cursada estuvo dirigida a:

- Profesionales, empresarios y comerciantes vinculados con las empresas hortifrutícolas que operan en Centroabastos, con interés por obtener herramientas de calidad, gestión y marketing enfocadas hacia el sector, desarrollando un pensamiento integral, sistémico y dinámico para la toma de decisiones.
- Productores del sector y asistentes técnicos que quieran conocer el negocio para desarrollar nuevos portafolios.
- Funcionarios vinculados a la Central y al Sena

con vocación de formación profesional específica en la materia.

El Sena

El Sistema Nacional de Formación para el Trabajo vincula un conjunto de entidades que ofrecen formación técnica, tecnológica y de formación profesional, para la estructuración de la respuesta de formación, a partir de la identificación y definición de normas nacionales de competencia laboral, en procesos concertados de los actores sociales del país.

Actúa en forma sistémica para:

- Hacer congruentes las ofertas de formación de las entidades que forman parte del sistema.
- Articular sistemática y eficazmente la oferta, con las necesidades del mundo del trabajo.
- Articularse con el sistema educativo formal, estableciendo mecanismos transparentes de equivalencias y homologaciones.

Para mejorar la oferta educativa el SENA asumió la responsabilidad, de liderar en el país el Sistema Nacional de Formación para el Trabajo.

Además, el Gobierno nacional le encomienda adecuarse para la competitividad y liderar la construcción de un sistema que articule toda la oferta educativa técnica, pública y privada, para regularla y potenciarla.

Para ello definió como estrategia, la constitución de Mesas Sectoriales en las que convergen voluntariamente gremios, empresarios, sector público, organizaciones de trabajadores, centros de investigación y oferentes educativos, con el objetivo de definir las áreas prioritarias de atención, elaborar normas de competencia laboral y mejorar la gestión del talento humano en las empresas a partir de procesos de certificación del desempeño.

Fue así como a finales de 1997, se conformaron las primeras Mesas Sectoriales, en sectores considerados estratégicos para el país, y en aquellos involucrados por el Gobierno Nacional dentro de los acuerdos de competitividad exportadora.

Colombia cuenta en la actualidad con 66 Mesas Sectoriales, conformadas por gremios, empresarios, entidades educativas, organismos de gobierno, organizaciones de trabajadores y centros de investigación, que conjuntamente con los Centros de Formación del SENA, han contribuido en la elaboración de 68 caracterizaciones, 68 mapas funcionales y 2311 normas de competencia laboral en 515 titulaciones.

Para saber más...

Puede encontrar más información y otros artículos en www.horticom.com