

La modernización de la fruticultura brasileña ¿Hacia dónde quiere ir el mayor productor mundial de fruta?

La ciudad de Natal, en el estado brasileño de Río Grande do Norte fue el escenario de la primera edición del seminario Frut-Invest.



Una de las primeras cosas que se aprende en cualquier actividad es seguir las enseñanzas de los propios líderes. En el estado brasileño de Río Grande do Norte dependen del turismo y de la agricultura. Esta región fue la escogida por Roberto Oliveira y su empresa para organizar la primera edición de Frut-Invest.

El objeto de los seminarios Frut-Invest en Brasil -se organizarán 3 o 4 ediciones itinerantes al año- es promover la modernización de la producción y comercio hortícolas, al mismo tiempo que se orientan inversiones y negocios agroalimentarios en estas actividades, en diferentes estados brasileños.

El cuidado programa de Frut-Invest se desarrolla en tres jornadas y las conferencias de los «palestrantes» son escogidas por el organizador



El cartel anunciando el seminario Frut-Invest-RN, que se celebró el mes de junio, y un aspecto del hall de las conferencias y coloquios.

● **El objetivo de los seminarios Frut-Invest es promover la modernización de la producción y el comercio hortícolas, al mismo tiempo que se orientan nuevas inversiones y negocios agroalimentarios en diferentes estados brasileños.** ●

Roberto Oliveira atendiendo a tres criterios: 1) temario de interés para los participantes del estado sede, 2) participación de las empresas y profesionales líderes de la región, 3) ponencias internacionales que aportan la perspectiva del «hacia dónde ir» en el tema escogido.

En esta primera edición, el seminario de Río Grande do Norte (RN) se celebró en el Centro de convenciones de la capital Natal y contó con grandes temas de debate. Los siguientes son los principales: situación de su horticultura, el merchandising, el cooperativismo y la logística del transporte marítimo. Los temas de comercio exterior tienen las palabras clave de las conferencias de esta primera edición de Frut-Invest: el Mercosur, las tendencias en Argentina; el consumo norteamericano y el europeo. El perfil de desarrollo interno del propio mercado, adivinan los organizadores y ponentes de este seminario, es la llave de las estrategias y negocios de la modernización de la fruticultura brasileña y en el programa Frupex están las ideas para orientar a la producción y el comercio de las regiones frutícolas del Brasil hacia su internacionalización hortícola.

En cuanto a las técnicas de producción actualmente el mayor interés lo suscitan los sistemas de riego localizado y la fertirrigación, seguidos por los temas fitosanitarios aplicados a la fruticultura.

La fruticultura brasileña en Río Grande do Norte

Frut-Invest escogió para su primer seminario con este nombre a la ciudad de Natal, llamada «Ciudad do Sol», capital del estado de Río Grande do Norte, localizada en la parte septentrional del Brasil. Natal, fue fundada por los portugueses y colonizada por franceses y holandeses; tiene una población algo mayor al millón de habitantes, un espléndido sol tropi-



cal durante 300 días al año y una temperatura media de 28°C.

Los políticos, economistas y agrónomos brasileños parecen ponerse de acuerdo en cuanto a la importancia de acometer el desarrollo y modernización de la producción, poscosecha y comercio de frutas y hortalizas para los pequeños agricultores y también del comercio exterior. Las ideas que dieron forma al programa Frupex se pretende ponerlas en práctica. Los principales aspectos de este programa son los siguientes:

- Control fitosanitario y de residuos químicos en las frutas y hortalizas.

- Control de calidad en cuanto a grados Brix (sabor, contenido en azúcares), aspectos visuales, adaptación del juego varietal a las necesidades de los mercados, etc.

- Actualización de las tecnologías de poscosecha, envasado y logística del transporte frigorífico internacional. Durante el seminario los agrónomos del sector público brasileño explicaron la importancia del uso de los

En las fotos, arriba a la izquierda Roberto Oliveira, organizador del Frut-Invest-RN, y debajo el estupendo director de las sesiones del seminario, Geraldo Mauricio, del Ministerio de Agricultura de Brasil. Al centro, arriba, el delegado y el secretario de la Secretaría de Agricultura de Río Grande do Norte con José Tadeu. En la fotografía central, Américo Lemos, ministro de Industria, Comercio y Turismo en Río Grande do Norte, con Nancy Tucker y Mariano Winograd. Y debajo, Pere Papaseit de Ediciones de Horticultura con Nancy Tucker, vicepresidente de la Produce Marketing Association (PMA) en Estados Unidos. En las fotos de la derecha, Gornat Baruch, de la compañía de riegos Irrimon, y el profesor de horticultura Luiz Soares da Silva de la Universidad de Río Grande do Norte.

fitosanitarios contra las plagas y enfermedades. En este sentido, la Comisión Ejecutiva intervino en la lucha contra los males ocasionados por varios tipos de «moscas» en la región de Mossoró donde hay grandes extensiones de melones para la exportación.

El ingeniero agrónomo José Tadeu explicó en la intervención anterior a la clausura del Frut-Invest el efecto sobre la horticultura brasileña de las normas y procedimientos de las «cuarentenas» en el intercambio internacional de frutas y hortalizas.

La importancia de Frut-Invest no pasa desapercibida para un sector como el de los negocios agroalimentarios y en una economía como la de Brasil cuyo Congreso aprobó el pasado 14 de diciembre el acuerdo GATT con lo cual pasa a ser miembro de la organización mundial de comercio, OMC-WTO, y también desde el mismo mes alcanza el acuerdo Mercosur por la unión aduanera, con Argentina, Paraguay y Uruguay.

La situación económica

de Brasil el año pasado cambió favorablemente con el Plan Real y se están afrontando cambios para la estabilización. Los seminarios itinerantes Frut-Invest se harán en varios estados con agronegocios pujantes y contribuirán a disminuir la agricultura de subsistencia en favor de un desarrollo agroalimentario mucho más comercial. Brasil es el mayor país iberoamericano, y también el mayor productor mundial de cítricos y de otras frutas. Su industria agroalimentaria representa el 23% del comercio, el 13% del empleo y el 4 % PIB.

Brasil, Argentina y Mercosur

No es una casualidad que el gobernador del Estado argentino de Chubut participe en una de las reuniones de Frut-Invest y tampoco que uno de los mayores especialistas en el mercado de frutas y hortalizas de este país, el ingeniero agrónomo Mariano Winograd, fuera uno de los «palestrantes» seguido con más expectación.

El mercado único Mercosur impone las nuevas estrategias comerciales; el flujo de productos argentinos a Brasil se ha triplicado entre 1992 y 1996. Sólo en el mercado de Buenos Aires, explicó Winograd, se movilizan 1.200 millones de toneladas de frutas y hortalizas entre 700 empresas mayoristas.

El nuevo escenario del Mercosur ampliará la competitividad entre las grandes regiones productoras de fruta, como Paraguay, Uruguay, Argentina y Brasil que conquistarán grandes mercados como el de Buenos Aires con 12 millones de habitantes y el de Sao Paulo con 18 millones. Sólo Argentina importa por valor de 120 millones de dólares de fruta. El Mercosur agrupa cerca de 200 millones de consumidores.

●●●

P.P.T.

Aires de modernidad para las frutas y hortalizas de Argentina

Con la tercera edición se consolida el seminario Mark-Fresh-96



Maria Winograd (Mark Fresh 96), Roberto Zoppolo-INIA (Uruguay), Pamela García Herrera-Ministerio de Agricultura (Chile), Gert Muilaer (Holanda), Kiremko (representante) y Jan Omulee (Rijk Zwaan)

Desde hace tres años se celebra en Buenos Aires un seminario que tiene como objetivo introducir ideas de marketing especializado en el sector de frutas y hortalizas. Según su director Davismo Winograd se trata de dar durante tres días reuniones con especialistas de todo el mundo una visión sintética del negocio de frutas y hortalizas agrupando a los proveedores de elementos de producción, con productores hortícolas y la distribución mayorista y minorista.

La edición de este año de Mac Fresh

ha sido un éxito sobrepasando los 300 inscritos y ha contado con el patrocinio de un consorcio de empresas holandesas desplazadas expresamente a Buenos Aires para explicar la logística de la fruta y hortaliza europea.

De forma muy resumida puede adivinarse el mensaje de algunas ponencias: «los argentinos utilicen a Holanda como plataforma de valor añadido para la distribución de su fruta en Europa.

●●●

