

Jornadas

Nuevas claves para nuevos tiempos

Intensa actividad académica, sociopolítica y comercial en América Latina

- Un informe de la conferencia mundial del sector hortofrutícola en San Pablo, el 2º panamericano de promoción del consumo y el expocongreso de mayoristas de Venezuela

Mariano Winograd

Presidente de 5 al Día - Argentina

Para abril o para mayo... decía una vieja canción de Luis Aguilé y, por cierto, que ambos meses han resultado ser demostrativos de la intensa actividad académica, sociopolítica y comercial que caracteriza en estos momentos a la América Latina.

En este nuevo ciclo de globalización se están verificando algunos elementos originales y absolutamente imprevisibles pocos años atrás. Por un lado, la irrupción de China e India en el mercado mundial, con su consecuente arrastre hacia arriba en los precios de materias primas y commodities que el subcontinente produce de forma característica. En segunda instancia, un escenario democrático en lo político que hace años no se verificaba con tanta potencia y continuidad.

Finalmente, cierta conciencia tanto por parte de sectores políticos como empresariales a lo largo de todo el continente, en el sentido de que sin equilibrio social, las altas tasas de lucro y beneficio resultan peligrosamente efímeras.

La conferencia mundial en San Pablo

Yendo lo sectorial, el primer encuentro a que asistimos fue la Conferencia mundial de mercados mayoristas, convocada por la WUWM (Unión

Mundial de Mercados) por primera vez en Sudamérica.

El presidente saliente de la Unión Mundial, Augusto Ramos Rocha de Portugal prologó con claridad la existencia de un desequilibrio de las inversiones en mercados, las que durante el último quinquenio se concentraron casi exclusivamente en Europa, especialmente en los países tardíamente agregados a la unión (Portugal, y Europa Oriental).

El nombramiento de Don Darnall de Baltimore como nuevo presidente y la incorporación de tres latinoamericanos al consejo (Costa Rica, Brasil y Argentina), resulta en este contexto un hecho sintomático y no menor.

Los analistas prevén un nuevo ciclo de inversiones en materia de mercados mayoristas en América, que tal como el anterior de los 70's y 80's ofrecería interesantes oportunidades para la cooperación empresarial y la consultoría tanto a Mercasa como a Semmaris

La promoción del consumo funciona como un mínimo común múltiplo. De ahí la importancia de convocar, convencer y motivar al sector salud, proponiendo estrategias ampliadas en las que el sector público pueda desarrollar su agenda y el privado con la suya



Expolatino: La FLAMA organiza en Buenos Aires su segundo encuentro regional destinado a líderes de centrales mayoristas.

Juan García, intendente de Guaymallén, Mendoza. Municipio saludable integrante de la Red OPS.

(Rungis), motivo por el cual Manuel Estrada y Roberto Alonso de la primera, Jordi Maymó de Mercabarna y Marc Spielrein de Rungis, se mostraron activos y afilando lápices durante toda la duración del encuentro.

Entre los conferenciantes cabe destacar a Luciano Legaspe, de la Ceagesp, que expuso sobre reciclado de residuos orgánicos; Sussumo Honda, de Abras, sobre el rol del supermercadismo; Jordi Maymó, logística y tercera generación de mercados; Mariano Winograd y David Smith, promoción del consumo y rol de los mercados.

Otros temas que el mundo profesional consideró originales e insoslayables a partir de esta conferencia tuvieron que ver con Seguridad alimentaria y agricultura familiar, así como con la promoción de los minoristas desde el eslabón mayorista, aspecto en el que se destacó nítidamente Roberto Alonso de Mercasa, quien profundizó los

criterios desarrollados con anticipación en el congreso específico que se organizara en Tarra-gona, oportunamente

Australia, por su parte, sorprendió con el megaproyecto de mudanza para su mercado de Melbourne a cargo de Bob Penter.

Quedaron flotando en el aire interrogantes acerca de cómo se financiarán las nuevas estructuras que requiere el mundo en desarrollo, cómo hacer para promover el consumo (duplicarlo en el caso de Latinoamérica), cómo articular mejor los mercados con el comercio minorista independiente y finalmente cómo asegurar calidad de vida a todos los ciudadanos en lo específicamente vinculado al consumo de frutas y hortalizas que todos los delegados destacaron como ineludible para una "buena calidad de vida".

El 2º Panamericano de promoción del consumo

Como continuación del precedente que organizara 5 x día - México en Guadalajara

Comunicación



Delegados de 12 países saludan a la cámara con su palma abierta en invitación a consumir 5 al día. Carlos Monteiro (Univ. de San Pablo), Wilfried Baudoin (FAO Roma) y Enrique Jacoby (OPS Washington). El soberbio auditorio de la Bodega del 900 es un lugar emblemático de Guaymallén, Mendoza.

(2005) y al que asistiera Juan Manuel Hidalgo en representación de España, la filial argentina de 5aD asumió la responsabilidad por el segundo y la cumplió con creces.

Con la coorganización del Municipio de Guaymallén (miembro de la red de municipios saludables de Mendoza, Argentina) y la OSEP (Obra

social de los empleados provinciales con más de 300 mil afiliados) y el patrocinio de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el evento contó con la asistencia de delegaciones de 12 países latinoamericanos y 10 provincias argentinas.

En el mismo se trataron temas relacionados con la promoción del consumos en diferentes ámbitos -sociales, comerciales, educativos e institucionales-, a través de las disertaciones de profesionales de destacada trayectoria como el Dr. Carlos Monteiro, de Brasil, el Dr. Enrique Jacoby, de OPS, Wilfried Baudoin, de la FAO y

el Ing. Agr. Mariano Winograd, de 5 al día Argentina, entre otros.

Los delegados se organizaron en tres talleres de trabajo coordinados respectivamente por Baudoin (FAO), Jacoby (OPS) y Monteiro (Univ. de San Pablo) en procura de responder a la siguientes premisas: ¿cómo organizarse?: ¿cómo hacer llegar la promoción

INVERCA

TECNOLOGÍA PRODUCTIVA

INVERCA
GRUPO INVERCA

INVERNADEROS Y TECNOLOGÍA, S.A.
INVERNADEROS DE CASTELLÓN, S.A.
Pol. "El Serrallo", Ctra. Grao-Almazora, Km 1,5
12100 GRAO DE CASTELLÓN (ESPAÑA)
Tel. 0034 964 28 22 32
Fax 0034 964 28 24 40
e-mail: inverca@inverca.es
<http://www.inverca.es>

LA CALIDAD Y EL DISEÑO DISTINGUEN A LOS INVERNADEROS INVERCA

DISEÑAMOS EL INVERNADERO ADAPTÁNDONOS A LAS NECESIDADES DE SU CULTIVO, CON EL FIN DE QUE OBTENGAN LA MÁXIMA RENTABILIDAD



Mariano Winograd
(5 al Día Argentina), delegado a la conferencia mundial de mercados mayoristas en San Pablo, Brasil.

de F&H a comunidades de bajos ingresos, escuelas y locales de trabajo?; ¿cómo financiar las acciones de promoción?; ¿cómo evaluarlas?.

En respuesta a estos interrogantes y en carácter de elementos centrales incluidos en la declaración de Guaymallén se destacan:

- La intersectorialidad: producción, salud, educación y consumo deben formar parte de una estrategia compartida, en la que deben colaborar actores públicos y privados.

- El armado de un plan estratégico: la promoción del consumo funciona como un mínimo común múltiplo. Convocar, convencer y motivar al sector salud, proponiendo estrategias ampliadas, en que el sector público pueda desarrollar su agenda y el privado con la suya.

- La incorporación del tema frutihortícola a la agenda de la seguridad alimentaria. La agenda propuesta puede ser tanto de salud como de producción.

- El estrechamiento del vínculo entre países, que permitirá generar avances más veloces y certeros sobre acciones locales. La potencia de la entidad supranacional y el uso creciente del medio electrónico para la comunicación.

- El Intendente de Bage (Rio G. do Sul) selló un acuerdo de hermandad saludable con su par de Guaymallén, y esto resultará en un próximo Con-

greso de municipios saludables y productivos en Punta del Este en septiembre de 2007, paralelo al 3er. Congreso Panamericano.

- Se acordó un intercambio entre países y municipios presentes para el establecimiento de una estrategia municipal, productiva y saludable, sobre la base de las recomendaciones de la OPS.

- Quedó de manifiesto el compromiso de actores claves tales como FLAMA (Federación Latinoamericana de Mercados Mayoristas), Fenaomfra (Federación Nacional de Operadores Mayoristas) y de la CAMF (Cámara Argentina de Mercados F&V), a través de acciones concretas de promoción del consumo.

- Alineadas con el imperativo de Responsabilidad Social Empresaria, destacaron las empresas interesadas en promover el consumo saludable: Carrefour con su góndola 5 al día y Sodexo con su catering en el ámbito laboral con alto contenido de Frutas & Verduras.

Al acordar formar un grupo latinoamericano para la promoción de F&V es nuestro deseo reforzar la cooperación regional para el desarrollo de iniciativas nacionales, coherentes con las directrices de políticas y estrategias nacionales de nutrición

- Cuatro problemas prioritarios: costo, hábitos, disponibilidad y comunicación. No se trata de cambiar de producto sino de actitud.

Especialmente importante fue la discusión sobre el rol del sector profesional, tanto mayorista como detallista. Al respecto el congreso recomendó:

- No excluir a productores y comerciantes profesionales.

- Potenciar la campaña en los ámbitos económicos (mayorista - minorista).

- Medir impactos mediante incremento de ventas.

- Ferias callejeras y populares para movilización social de alto impacto. Se discuten fechas (primavera, 12 de octubre, día mundial de la alimentación).

- Realizar una convocatoria específica para empresarios. ¿Como vender más? El aumento de ventas conlleva una mayor responsabilidad social.

- La inclusión de cooperativas de pequeños productores empresariales.

- Competencia por servicio y no por precio. Incluyendo proyecto, marca, valor agregado. Carrera competitiva.

- Calificación técnica de mensajes por parte de sociedades profesionales o científicas.

Como temas detectados pendientes para próximos congresos se identificaron dos que en el subcontinente parecen re-

levantes: la inclusión o no de legumbres y raíces amiláceas (batata, papa, yuca) en el cálculo de la ingesta diaria, y la transgenia hortícola con sus potencialidades y fantasmas.

Marchando a la Acción

1. Se verifican variadas y fructíferas experiencias para el mejoramiento de la dieta en la región, desde el mejoramiento de los menús escolares hasta los movimientos Saldía, incluyendo la prioridad saludable en la alimentación laboral, las huertas populares, ferias callejeras y otras acciones.

2. Siendo preciso aunar esfuerzos y multiplicarlos, se decidió constituir una red de trabajo regional que tendrá a su cargo: vincular esfuerzos, proveer información e identificar nuevos socios.

3. La mesa directiva quedó constituida por Isabel Zaccarías de Chile, Ricardo Cruz de Brasil, Sergio Carballo de Uruguay y Mariano Winograd de Argentina.

4. Se fijó sede del 3er congreso para 2007 en Uruguay.

5. Se asumió el compromiso de colaborar conjuntamente para la instalación de comités fundacionales en aquellos países y contextos en que aún no existieran a la fecha.

"Al acordar formar un grupo latinoamericano para la promoción de F&V es nuestro deseo reforzar la cooperación regional para el desarrollo de iniciativas nacionales, las cuales debieran resultar coherentes con las directrices de políticas y estrategias nacionales de nutrición como enmarcarse en las orientaciones formuladas en la iniciativa de promoción de F&V de Kobe, incluyendo lineamientos de salud pública y seguridad alimentaria y nutricional".

Expocongreso de mayoristas Venezolana

Mercamara (Mercado Mayorista de Maracaibo) y Unemaz (Unión de empresas mayo-

ristas del Estado Zulia) organizaron del 23 al 25 de mayo de 2006 el 1er. Expocongreso Internacional de Mercados Mayoristas en Maracaibo, Venezuela.

Con el apoyo de la Alcaldía de Maracaibo, y dando continuidad a la Conferencia de San Pablo de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, se convocaron 300 delegados de toda Venezuela para establecer vínculos con proveedores, agricultores, comerciantes y transportistas, así como intercambiar experiencias con mercados, importadores y exportadores de otros países.

Participaron delegaciones de Colombia, México, Brasil, Uruguay, Argentina y Perú, así como el vicepresidente de FLAMA (Federación Latinoamericana de Centrales Mayoristas) Raúl Giboudot

Los objetivos del Congreso incluyeron mejorar canales

de comercialización mediante la aplicación de tecnologías y el fortalecimiento de redes comerciales, sociales e institucionales.

Asimismo el congreso tuvo un aporte notable en el sentido político de ratificar la decisión del gobierno y los comerciantes establecidos en los mercados venezolanos para ofrecer nuevas oportunidades a la población en el consumo masivo de alimentos y la seguridad alimentaria.

Como objetivo secundario que finalmente derivó en el producto más importante del congreso se procuraba estimular el intercambio con los diversos mercados mayoristas del país y vecinos, lo que satisfactoriamente se concretó mediante la Constitución de la Federación Venezolana de Mercados Mayoristas, cuya conformación inicial incluye a los principales mercados mayoristas del país

(Maracaibo, Barquisimeto, Maturín y Maracay).

La presencia de 5 al día, derivó en un acuerdo inicial entre la Federación Venezolana, la FLAMA y 5 al Día para el desarrollo de acciones conjuntas destinadas a promover una alimentación saludable con su consecuente correlato comercial y económico para el sector frutihortícola del subcontinente.

Se destacaron asimismo las conferencias de Darío Alzate (Mercado La Mayorista de Antioquia), Alfredo Neme (Confederación de comerciantes mayoristas de México), Luciano

Legaspe (Ceagesp), Lic. Zamboni (Ceasa Recife) y José Puente (Viceministro de comercialización agrícola de Cuba).

Entre los ponentes locales se destacaron Ingrid Dugarte (Presidente de Mercamara), Giuseppe Bambini (Unemaz), Gilberto Pereyra de Mercial y Orangel Escalante de Mercabar.

Se dejó establecido el mercado de Barquisimeto como sede del próximo congreso para 2007 y se convocó a próximo evento en la Universidad Central de Venezuela para establecimiento de un programa de promoción el 13 de julio.

Para saber más...

- http://www.5aldia.com.ar/contenido/esp_actividades/cap_congresoWUWM.asp?slideMenu_menu_id=7
- http://www.5aldia.com.ar/contenido/esp_congreso/presentaciones.asp?slideMenu_menu_id=27
- http://www.5aldia.com.ar/Contenido/esp_congreso/introduccion.asp?slideMenu_menu_id=26
- <http://www.expozulia.com/mayoristas/>
- www.wmconference.com/espanhol/01_Apresentacao.php



agricultura inteligente

Riego por goteo, aspersión y pivó • Fertirrigación **XILEMA** • Redes de riego • Sistemas de humedad: Fog System; sistemas de baja presión; cooling • Carros de riego para semilleros • Riego de jardines y piscina • Embalses de PVC y PE • Plantas de ósmosis **OSMAQUA** • Control climático de invernaderos: **CLIMATEC**, **INTEGRO** • Calefacción por agua y aire caliente • CO₂ • Ventilación forzada • Sistema de tratamientos fitosanitarios: **HUMIFITO** • Sistema de desinfección recirculado: **ECOVIDRO / VIALUX** • Invernaderos: multicapilla **APR** • Pantallas térmicas y de sombreo • Sustratos e hidroponía • Iluminación • Gestión de personal: **PrivAssist** • Carros de trabajo • Clips: tomate, pimiento, clips para injerto • Microelementos y Ac. Húmicos • Asesoramiento agronómico • Formación y capacitación



Mazarrón MURCIA Tel. 968 59 01 51 // Vilar ALMERÍA Tel. 950 34 19 47 // Torre Pacheco MURCIA Tel. 968 57 81 82
Tomelloso CIUDAD REAL Tel. 926 51 48 95 // Campohermoso ALMERÍA Tel. 950 38 59 71 // Águilas MURCIA Tel. 968 44 85 40
División distribución MURCIA Tel. 968 57 91 38 // Export Department Tel. +34 968 57 91 38 www.novedades-agricolas.com