

Promoción

Los desafíos de la fruticultura brasileña

El déficit de la balanza comercial de la fruticultura brasileña es el resultado de la ausencia de una política gubernamental para la promoción del sector



La limitada política de promoción de la fruta brasileña es una de las razones de su escasa incidencia en los mercados internacionales.

Desde la introducción del Plano Real en 1994 y como consecuencia de la elección del actual presidente de Brasil, Fernando Enrique Cardoso, el país ha experimentado una de sus fases más importantes de los últimos 30 años. La estabilización de la economía y la redistribución de la renta para las clases más bajas de la sociedad ha sido uno de los objetivos de este período. La introducción del Real llegó en un momento decisivo ya que el gobierno no podía seguir cometiendo grandes errores económicos.

Los logros realizados por Fernando Henrique no han solucionado varios problemas internos. Sería pedir demasiado que solamente en 2 años de gobierno se hubiera conseguido conducir el país a la modernización. La modernización tiene su precio. La balanza comercial brasileña registró en el primer bimestre de 1997 un déficit de más de 2 billones de dólares.

Fruticultura

La situación de la fruticultura brasileña se refleja en los cuadros 1 y 2, en los cua-

les se observa que Brasil es el mayor productor mundial de frutas con un movimiento anual de cerca de 5 billones de dólares en insumos, transporte, almacenajes, etc.

Entretanto el volumen importado de frutas en 1996 fue casi tres veces superior al exportado, de manera que las exportaciones fueron una parcela insignificante del comercio exterior brasileño.

Si nos preguntamos cua-

gar destacado en la cesta de los consumidores brasileños.

Otro factor a referirse es el desfase de la producción brasileña con relación al mercado externo. Según el Instituto Brasileño de Frutas -IBRAF- las variedades brasileñas son inadecuadas a las actuales preferencias del mercado y ello limita el crecimiento de las exportaciones del país e incluso perjudica la competitividad en el propio mercado interno.

El caso del melón, por ejemplo, es significativo de la limitación varietal que se da en el Brasil ya que solamente se exportan dos variedades: el "amarelo" y el "orange flesh", dejando de atender a los consumidores que tienen preferencia por el "cantaloupe", el "piel de sapo" y el "galia". En

Cuadro 1:
Exportaciones brasileñas de frutas frescas y pulpas en U\$ mil FOB

Producto	1996	1995	1994
Mangas	28.741	22.135	17.505
Meloes	25.327	16.475	31.492
Laranjas	20.410	29.092	27.208
Uvas	6.296	10.123	8.524
Bananas	6.149	3.907	10.702
Papias	4.724	4.020	3.766
Abacaxi -Ananase-	4.051	3.785	6.883
Cítricos Híbridos	2.685	3.243	1.920
Maçãs	1.787	6.190	15.046
Figos	1.740	1.252	921
Melancias	1.252	900	524
Limas	591	555	1.492
Morangos	338	58	144
Otras frutas	6.117	1.329	1.455
TOTAL	110.208	103.064	127.582

Fuente: MICT/SECEX

les serían las causas principales de este déficit comercial de la fruticultura brasileña, vemos que uno de los factores es la recuperación del poder de compra de la población que ha pasado a incluir las frutas en sus hábitos alimenticios, aunque han sido las frutas de mesa extranjeras las que han ido ocupando un lu-

el caso de la uva, la oferta se reduce a variedades con semillas, cuando el mercado internacional ya absorbe 10 variedades, tres de las cuales son sin semillas.

La falta de visión del gobierno y de la iniciativa privada es algo que precisa ser inmediatamente modificado. Los citricultores del interior

Cuadro 2:
Importaciones brasileñas de frutas
en U\$ mil

Producto	En-Ag. 96	En-ag. 95	1995
Peras	83.058	66.099	87.824
Maças	68.431	66.852	87.824
Uvas	30.729	18.909	19.810
Ameixas	22.323	15.257	21.526
Uvas secas	12.899	10.299	16.372
Ameixas secas	11.405	13.170	18.742
Nectarinas	8.666	5.086	6.539
Melocotones	8.066	4.729	7.160
Cocos	6.464	17.038	17.529
Otros frutos	47.970	49.366	68.683
Total	300.011	266.805	352.009

Fuente: MICT/SECEX

del Estado de Sao Paulo viven las consecuencias negativas de la centralización de sus variedades para la industria de zumo de naranja. Los interesados en competir en el mercado de naranja para mesa no disponen de plantaciones comerciales para atender a esta demanda.

La ausencia de una política de promoción de la fruta brasileña por parte del gobierno es otra de las razones de la baja incidencia del país en los mercados internacionales de frutas tropicales. En los Estados Unidos existe el MPP-Marketing Promotion Program, que tiene el 85% de sus costes cubiertos por el gobierno. Francia tiene una parcela del 50% de protección gubernamental, e Israel, Nueva Zelanda, Alemania y Sudáfrica también cuentan con importantes subsidios oficiales.

Poca competitividad

En Brasil, el gobierno en vez de ofrecer subsidios sobretaxa la producción nacional. En el Estado de Paraíba, uno de los mayores productores y exportadores mundiales de abacaxi, se ha reducido la producción desde que el gobierno estatal cobra un impuesto directo para la comercialización. La participación de Paraíba en el mercado interno que era de un 44% descendió hasta el 25%,

siendo superada solamente por Minas Gerais; y con una exportación casi nula.

La política oficial es débil en el apoyo a la extensiones rurales, en las que los técnicos no tienen buenas condiciones para ejercer su trabajo. Falta maquinaria, materiales, mano de obra... Un buen ejemplo es el Instituto Agronómico de Campinas, que fue considerado uno de los mejores centros agrícolas de las últimas décadas y ahora está relegado a un segundo plano. El combate de las plagas es algo que también se trata de manera incipiente: en el Nordeste la lucha contra la mosca blanca está financiada casi exclusivamente por la iniciativa privada.

Por otro lado, «el Coste Brasil» encarece los costos de la producción, la conservación y el transporte de productos dificultando el desarrollo del país», conforme lo definió José Bueno, el director de IBEF/SP.

Articulación del sector

El gobierno y la sociedad brasileña deberían unir

- **En algunos estados de Brasil, el gobierno en vez de ofrecer subsidios agrícolas, lo que hace es imponer tasas a la producción, hecho que debilita aún más la competitividad de la agricultura brasileña** ●



Brasil es el mayor productor mundial de frutos, con un movimiento anual de cerca de 5 billones de dólares. Imágenes de un supermercado de Sao Paulo.

esfuerzos y promover reformas en las áreas tributaria, judicial, educacional y de infraestructura para promover la agricultura brasileña. Este año el país se prepara para una de sus mejores cosechas y se estima que las pérdidas en poscosecha alcanzarán un 30% del total, por falta de buenas infraestructuras.

En fruticultura, los puertos no están bien acondicionados para distribuir frutas: son caros, lentos e ineficientes.

Así pues, no es de extrañar que Brasil ocupe una situación mediocre, al trigésimo séptima en la clasificación de Competitividad Mundial de 1995, por detrás de países como Chile -20°, Argentina -29°, Perú -32°, Colombia -36° y superando a duras penas a México -44°.

Ante esto, los grandes productores nacionales deben buscar una mayor articulación del sector y el empresariado debe buscar soluciones en colaboración con el gobierno.

Roberto Gregori

Bolsa do Comercio do Interior
Paulista -Brasil-