

Los medios de defensa fitosanitaria y la comercialización de productos agrícolas

La producción debe explicar al distribuidor sus esfuerzos y resultados

Venanci Grau (IGP Poma de Girona)

Vaya por delante el compromiso y la apuesta de los productores de fruta y hortalizas para la obtención de nuestros productos en base a la salud y satisfacción de los consumidores y del respeto por el medio ambiente, donde la mayoría de los productores habitan, aman y disfrutan, cuidando del mismo, entre otras razones, por ser la base de su razón de ser : producir frutas y hortalizas.

Quisiera en este artículo desterrar el estereotipo, que identifica en ocasiones a los productores como personas muy ancladas en el “terruño” y poco enfocadas al consumidor.

La producción actual está encajonada entre dos hechos, donde se debe mover y ser competitiva.

Por una parte, la sociedad nos demanda productos “naturales” en el sentido que aporten beneficios para la salud física y psíquica, ya que el consumo de frutas y hortalizas va pareja muchas veces a contenidos emocionales.

Por otra parte, el productor debe ofrecer estos productos a un precio razonable, compitiendo con productos más industrializables y por tanto controlando todo el proceso productivo. Este precio razonable va unido a un coste bajo, que a la vez sólo se consigue con productividad y con disposición de medios para combatir los hechos inesperados de la naturaleza, ya sean plagas, agentes meteorológicos, etc.

En la horquilla naturalidad-coste, la producción debe jugar con muchos factores aleatorios y otros controlados por agentes externos. Es ahí donde la actual tendencia a restringir los medios químicos de una forma a veces incomprensible, compromete la viabilidad de algunas producciones y en todo caso va en contra del objetivo de precios asequibles que pide la sociedad actual. Veremos más adelante que no se propone volver al pasado en este aspecto.

De momento, los productores van haciendo todo lo que está de su parte para controlar los costes. En el apartado de incremento de la productividad para controlar los costes, está constantemente introduciendo mejoras genéticas, racionalizando el volumen de las explotaciones, mejorando la logística y los procesos que pueden mecanizarse y disponer de medios seguros y asequibles para el control de plagas.

Ante la demanda de reducir el uso de fitosanitarios, se generalizan las luchas alternativas contra plagas, ya sea con confusión sexual o captura masiva, incrementando acciones manuales y mecánicas para sustituir intervenciones químicas. Sería el caso, por ejemplo de los aclareos de fruta. En friconservación se está incrementando el uso de modificación de atmósferas y temperaturas como medio para prevenir enfermedades, elección de clones por criterios de resistencia a enfermedades y no tanto de productividad. Por tanto, se puede afirmar con estos ejemplos, que los productores sustituyen la lucha química por estrategias alternativas, sin ser el coste el principal criterio.

Frente a estas acciones por parte de la producción, con la finalidad de conseguir el binomio naturalidad-coste, el productor convive con un contexto legal



Ante la demanda de reducir el uso de fitosanitarios, se generalizan las luchas alternativas contra plagas, ya sea con confusión sexual o captura masiva, incrementando acciones manuales y mecánicas para sustituir intervenciones químicas.

cambiante (restrictivo) para el uso de plaguicidas, que no siempre va en consonancia con las necesidades y la posibilidad de disponer de medios alternativos.

Llegados a este punto, los productores tienen una percepción que pasa por la eliminación sistemática de productos, no tanto por la influencia que puedan tener en la seguridad alimentaria del fruto u hortaliza final, si no por la bondad (o no) del producto fitosanitario en sí. Sería comparable a la eliminación de los bisturís en los quirófanos por lo de agresivos que tienen, sin valorar los beneficios futuros de la operación quirúrgica, que ha tenido comienzo con un corte producido por el bisturí.

Paralelamente, hay eliminación de productos fitosanitarios por la falta de rentabilidad, ya que cubren problemas específicos, muchas veces ligados a áreas geográficas reducidas.

Frente a estos acontecimientos, la industria química y la administración deberían ser más sensibles. De una parte, se debería valorar si la aplicación de cada producto tiene efectos negativos en la fruta u hortaliza final. Están cayendo

productos que aplicados en estadios iniciales del ciclo vegetativo, constituyen una buena ayuda y no tienen efectos negativos sobre el producto final a consumir.

Hay fitosanitarios que fácilmente tienen alternativas no químicas. Aquí sí vemos razonable su eliminación.

Por último, cada año desaparecen productos estratégicos para patologías circunscritas a especies o zonas geográficas reducidas, que hacen difícil su rentabilidad. Propongo que para estos casos, la industria organice acuerdos con las producciones afectadas, para compartir el riesgo comercial del producto con los interesados. Hay cantidad de organizaciones de productores que estarían dispuestas a estos acuerdos.

Hasta ahora hemos analizado la relación de los productores con la industria. A continuación analizaremos la relación productores-distribución.

A priori, podemos afirmar que la distribución quiere evitar cualquier escándalo alimentario que salga de sus lineales y para ello usa los análisis para detectar los LMR. Esta estrategia es restrictiva y en todo caso nada proactiva.

La producción estaría interesada en explicar al distribuidor sus esfuerzos y resultados como elemento que la propia distribución encarnaría como propio y podría reforzar su argumento de venta frente al consumidor final. En esta estrategia, el distribuidor ganaría en confianza del producto y a la vez tendría argumentos comerciales para transmitir al consumidor, estableciendo una colaboración mutua (productor-distribuidor) que reforzaría ambas partes para fidelizar las relaciones con el consumidor final. No obviamos el incremento del coste

de comunicación por parte del distribuidor y del productor, pero desde esta situación sabríamos si el consumidor es demandante, o no, de esta naturalidad.

Por último llegamos al consumidor final. Éste, tiene pocos conocimientos y poca información sobre los procesos de producción de las frutas y hortalizas. Por otro lado pensamos que está interesado en estos procesos, pero ante la falta de información, descansa sus ansias de conocimiento en la distribución, quien aprovecha esta situación para fidelizar al cliente, pasando del conocimiento del productor, vía marca, a la seguridad alimentaria basada en la confianza depositada en el distribuidor. Este marco es débil y no aporta mucho valor al producto ni al comercializador.

Ante la duda, el consumidor decide su compra en el lineal por el aspecto externo de la fruta, que unido al precio, nos empuja a una forma de producir nada acorde con los intereses de los productores, ni la distribución, ni los consumidores.

Concluyendo, podríamos afirmar que la comunicación del proceso productivo por parte de la producción a la distribución y a la vez ésta al consumidor, podría generar una fidelización e incremento de valor del producto final en beneficio de toda la cadena alimentaria.

Combate a los insectos y ácaros de la manera más natural

Las piretrinas naturales son insecticidas y acaricidas con una rápida acción de contacto, un amplio espectro y sin residuos.

KENPHYR es un **producto totalmente natural**, obtenido de flores secas de Pelitre (*Crysanthemum cinerariifolium*), con una riqueza de un 4% DE PIRETRINAS y formulado con una **base de aceites vegetales**, principalmente aceite de soja, **que incrementan su actividad insecticida**.

Se recomienda su utilización para el control de mosca blanca, trips, pulgones, cochinillas, orugas, escarabajos, hormigas y ácaros **en horticolas y ornamentales**.

EXTRACTO DE PELITRE

KENPHYR

PIRETRINAS NATURALES

Apto para cultivo ecológico



INSCRITO EN EL REGISTRO OFICIAL DE PRODUCTOS Y MATERIAL FITOSANITARIO CON EL N° 25.297/19

C/ Jaime I, 8
Polígono Industrial del Mediterráneo - 46560 Massalfassar (Valencia)
Tel.: 961 417 069 | Fax: 961 401 059
e-mail: biagro@biagro.es
www.biagro.es



BIAGRO

Bioestimulantes Agrícolas que respetan la naturaleza