



JORGE BROTONS / PRESIDENTE DE FEPEX

«Tenemos que mejorar nuestra competitividad»

D. N. I.

Además de ser la cabeza visible de FEPEX (Federación Española de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas), preside Bonnysa Agroalimentaria, una empresa que ha hecho del cultivo y comercialización del tomate su principal seña de identidad.

MAR MUÑOZ

Lo que sigue a continuación es la radiografía del sector hortofrutícola español que hace una voz autorizada en la materia, Jorge Brotóns, coorganizador de Fruit Attraction. Los puntos fuertes de los que puede alardear España son el clima, un profundo conocimiento del mundo agrario y su larga trayectoria en exportación. «Somos capaces de hacerlo mejor que nadie –asegura–, y ahora tenemos que encontrar el camino para mejorar las producciones y ser más competitivos». Llega el turno de los puntos débiles: desunión en un sector que debe aprovechar la crisis como acicate para buscar, todos juntos, sus fortalezas. Brotóns hace también una llamada de atención a las administraciones: «Tienen que apoyar la modernización y sostenibilidad de nuestra agricultura para no perder un sector que vertebraba la economía nacional con la contratación de mucha mano de obra».

Pregunta. ¿Por qué era necesaria esta feria?

Respuesta. España es primer país productor y exportador mundial de frutas y hortalizas y, sin embargo, carecía de un instrumento propio de promoción eficaz para demostrar, todas las comunidades autónomas juntas y a nivel internacional, su capacidad productiva y comercial.

P. ¿Estamos a la altura en in-



OSCAR MORALES

¿Cuáles son los principales competidores a los que se enfrenta España?

Estamos atezados por el Norte y por el Sur. Por una lado la alta tecnificación de países como Holanda, donde en sus invernaderos pueden producir hasta multiplicar por seis lo que nosotros conseguimos actualmente, y por otro, la competencia de países terceros donde la mano de obra está 10 veces más barata que en España. Tenemos que reaccionar rápidamente y mejorar mucho nuestros rendimientos.

fraestructuras para poder mantener este posicionamiento?

R. La agricultura en España ha experimentado una modernización a través del tiempo, pero ahora mismo es necesario dar un impulso a la reconversión de variedades y efectivos productivos mediante la innovación tecnológica, que nos permita mejorar nuestra competitividad para

seguir ostentando el liderato.

P. ¿Existe intención de continuidad de Fruit Attraction?

R. Por supuesto. La Feria nace con carácter anual. El primer año ha sido muy difícil convencer a todas las partes, pero hemos partido de un diseño modular que permite a todas las empresas acudir con un esfuerzo económico bajo. Hemos logrado

hasta el momento contar con 330 expositores de los que 270 son productores de frutas y hortalizas. También estarán presentes empresas de Francia, Italia, Polonia, China y Egipto.

P. ¿A quién va dirigida?

R. Los principales protagonistas son los productores comercializadores, acompañados por empresas de servicios al sector y atrayendo a las empresas mayoristas y de la gran distribución.

P. ¿Los productos de IV Gama (cortados y lavados listos para consumir) suponen una alternativa de negocio?

R. Su evolución en la venta ha sido espectacular, sobre todo para las hortalizas de hoja –que se ofrecen en todos los lineales de los supermercados–, pero la gama de productos debe seguir su desarrollo introduciendo mucho más las frutas cortadas listas para consumir.

Actividades paralelas

M. M

En su primera edición, Fruit Attraction trae un programa cargadito de actividades paralelas. Se celebrarán unas Jornadas Técnicas que abordarán asuntos ligados a la producción y la comercialización en el sector hortofrutícola, con mesas redondas y talleres, entre otros formatos, que pretenden ser un espacio para el debate y las relaciones. Además, el jueves 5 de noviembre se hará entrega de los Premios Agrotecnología de Responsabilidad Social. Por último, los expertos en hacer las frutas y hortalizas lo más atractivas para su posible comprador revelarán sus secretos en una exposición de escaparatismo.

...Al por menor. Asociación de Empresarios Detallistas de Frutas y Hortalizas de Madrid (Adefruas) es la organización que representa a los fruteros de la capital. Son los que están a pie de calle, los que se enfrentan al ceño fruncido de los clientes cuando suben las judías verdes, los que van a Mercamadrid a buscar el género cuando las calles no están puestas, y los que colocan con esmero unas piezas sobre otras creando esas pirámides multicolores que amenazan con echar a rodar kilos y kilos de naranjas ante cualquier desequilibrio... Ellos miman su puesto, es su oficio, y van a dar rienda suelta a su saber hacer en Fruit Attraction.

...Elegidos. De los muchos y buenos profesionales que hay detrás de cada mostrador, «tres primeros espadas de la frutería de Madrid», como los presenta Alejandro González

Herrero, gerente de Adefruas, mostrarán sus propuestas en el marco de la Exposición Permanente de Escaparatismo con frutas y hortalizas. Así que, como un lodegón viviente, el 4 de noviembre expondrá sus productos Akí Rbolilla; el día 5 lo hará José Cardaba, Frutas Vitaminas, y el 6 a demostración correá a cargo de Frutas Vázquez; el emblemático negocio situado en la madrileña calle Ayala. Los arquitectos con su género, intentarán componer «la frutería ideal», un deleite para todos los sentidos.

